

# **La Internacionalización de la Economía Catalana**

**MÁSTER DE INTERNACIONALIZACIÓN: ASPECTOS ECONÓMICOS,  
EMPRESARIALES Y JURÍDICO-POLÍTICOS**

Facultat d'Economia i Empresa

Universitat de Barcelona

## **TRABAJO DE FIN DE MÁSTER**

Jordi Calatayud Riera

Tutor: Juan Tugores Ques

Abril 2020



**UNIVERSITAT<sup>DE</sup>  
BARCELONA**

## Tabla de contenidos

### Abstracto

1. Introducción. Globalización económica y comercio mundial en la actualidad	4
2. Análisis del grado de internacionalización de Catalunya	8
2.1. Las exportaciones e importaciones catalanas	8
2.1.1. Destino de las exportaciones catalanas	10
2.1.2. Origen de las importaciones catalanas	11
2.1.3. Exportaciones catalanas por rama de actividad	13
2.1.4. Importaciones catalanas por rama de actividad	16
2.2. La innovación en el comercio exterior catalán	17
2.3. El posicionamiento del Estado en las cadenas globales de valor	20
2.4. La inversión extranjera directa en Catalunya	23
2.5. El impacto del turismo en la internacionalización de la economía	25
3. El Área Metropolitana de Barcelona como motor internacionalizador de Catalunya	32
3.1. Barcelona, la consolidación de una ciudad global	33
3.2. La proyección internacional de la marca Barcelona	36
3.3. El papel de las infraestructuras en el proceso de internacionalización del Área Metropolitana de Barcelona	39
3.4. Análisis DAFO del Área Metropolitana de Barcelona a nivel internacional	43
4. Políticas para una Catalunya conectada al mundo	45
4.1. Políticas para el impulso del comercio exterior y la atracción de IED	45
4.2. La integración del Área Metropolitana de Barcelona	46
4.3. La especialización económica	49
4.4. La conectividad exterior	51
4.5. La atracción de eventos internacionales	53
4.6. Una nueva centralidad para Catalunya	55
4.7. Barcelona, capital del Mediterráneo	58
5. Conclusiones	61
Bibliografía	64

## 0. Abstracto

Este Trabajo de fin de Máster tiene como objetivo analizar la economía catalana desde una perspectiva global, tomando tres ejes de estudio principales: la internacionalización económica catalana, el papel del Área Metropolitana de Barcelona como motor internacionalizador y el análisis de políticas para potenciar la internacionalización de Catalunya.

*This Master Thesis aims to analyze the Catalan economy from a global perspective, considering three main subjects of study: the internationalization of the Catalan economy, the role of the Metropolitan Area of Barcelona as a booster for the internationalization, and the analysis of policies to promote the internationalization of Catalonia.*

## **1. Introducción. Globalización económica y comercio internacional en la actualidad**

La globalización económica es un término que se utiliza desde los años ochenta y hace referencia a la convergencia de los países a nivel mundial, la cual ha marcado el desarrollo de los Estados que conforman el mundo a lo largo de las últimas décadas y ha implicado la integración de los Estados en un nuevo orden económico global más interconectado, marcado por el auge del comercio internacional, la movilidad de los servicios a escala internacional, la libre circulación de capitales, la difusión de la tecnología y la expansión del modelo capitalista a grande escala mediante una mayor libertad económica y la apertura comercial de los Estados. La globalización ha sido en gran medida facilitada por el desarrollo tecnológico, el cual ha permitido la creación de unos mercados financieros globales, el auge de las transacciones financieras internacionales y comerciales, la movilidad de productos, servicios y de trabajadores y, en definitiva, que los Estados hayan podido superar las fronteras nacionales y hayan establecido relaciones económicas con otros Estados. La globalización económica es un hecho innegable debido a las grandes interdependencias comerciales ya consolidadas que existen entre los países en la actualidad, la existencia de organismos multilaterales de escala global tales como el Fondo Monetario Internacional, la Organización Mundial del Comercio o el Banco Mundial, entre otros, y por la gran movilidad de capitales, mediante por ejemplo la inversión extranjera o las remesas internacionales.

Según la literatura académica, la globalización económica es una de las tres grandes dimensiones de la globalización, ya que también existe la globalización política y la globalización cultural. A grandes rasgos, la globalización económica es “un proceso histórico, el resultado de la innovación humana y el progreso tecnológico. Se refiere a la creciente integración de las economías de todo el mundo, especialmente a través del comercio y los flujos financieros. En algunos casos este término hace alusión al desplazamiento de personas (mano de obra) y la transferencia de conocimientos (tecnología) a través de las fronteras internacionales. La globalización abarca además aspectos culturales, políticos y ambientales más amplios. Gracias a la globalización, es posible beneficiarse de mercados cada vez más vastos en todo el mundo y tener mayor

acceso a los flujos de capital y a la tecnología, y beneficiarse de importaciones más baratas y mercados de exportación más amplios.”<sup>1</sup>

El proceso de globalización económica ha conllevado importantes mejoras en las condiciones de vida de la población en prácticamente todos los países del globo. A pesar de ello, los países avanzados han sido los más beneficiados de este proceso, mientras que algunos países en vías de desarrollo se han quedado atrás debido a las dificultades para integrarse en el nuevo orden económico mundial. Por ello, para garantizar que los beneficios de la globalización lleguen a todos los Estados, los organismos internacionales señalan que es necesaria una comunidad internacional comprometida con el desarrollo económico de los países de bajos ingresos para que éstos no queden aislados de la economía mundial y tengan la capacidad de reducir sus índices de pobreza y alcanzar un mayor nivel de prosperidad.

En la actualidad, el crecimiento a escala global se ha reducido de forma notable. Entre las economías avanzadas, el debilitamiento ha resultado ser amplio y con un impacto en las principales economías, como Estados Unidos o la Zona Euro y las economías avanzadas asiáticas. Del mismo modo, la desaceleración de la actividad económica también ha sido pronunciada en los mercados emergentes y/o economías en desarrollo, incluidos Brasil, China, India, México y Rusia. Dicho debilitamiento del comercio mundial ha sido en gran medida causado por una disminución de la producción industrial que ha impactado de forma geográficamente amplia, a pesar de que el sector de los servicios se mantiene sólido y estable<sup>2</sup>.

La desaceleración del crecimiento global y el estancamiento del comercio mundial ocurren en una situación en la que múltiples factores temporales tienen un impacto en la economía global. En este sentido, las tensiones comerciales y la política arancelaria impulsada por potencias mundiales crean un escenario en el que se dan interrupciones en el comercio y las cadenas de suministros, por lo que se pone fin a la libre circulación de mercancías. Del mismo modo, otros factores como el Brexit<sup>3</sup> crean incertidumbre y desconfianza entre los inversores. Por lo tanto, el modelo de globalización económica

---

<sup>1</sup> Definición del concepto de globalización económica según un estudio del Fondo Monetario Internacional publicado en el año 2000, y disponible en: [https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm#P69\\_6738](https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm#P69_6738)

<sup>2</sup> Según señala el World Economic Outlook elaborado por el Fondo Monetario Internacional.

<sup>3</sup> Proceso mediante el cual el Reino Unido abandona su condición de Estado Miembro de la Unión Europea

se encuentra en un momento de estancamiento, lo que podría conllevar una redefinición del modelo económico mundial a medio plazo, con reajustes en el orden comercial, las cadenas de suministros y las relaciones políticas y económicas vigentes entre los Estados.

A pesar del estancamiento del crecimiento y del comercio mundial, en el presente la economía globalizada es una realidad aparentemente consolidada, debido a las interconexiones políticas y económicas entre los Estados, los agentes económicos y las personas. La globalización económica, política y cultural ha conllevado también la aparición de las llamadas ciudades globales, las cuales nacen con la globalización y la urbanización mundial, y debido a un proceso de reorganización geográfica de los territorios estratégicos, mediante el debilitamiento de lo nacional como una unidad, y la emergencia de otras unidades globales como las regiones o las ciudades, que a su vez pertenecen a un Estado. En las ciudades globales se llevan a cabo unas dinámicas y procesos que a su vez son globales, por lo que se trata de urbes que tienen un impacto tangible en el orden mundial ya que tienen la capacidad de ejercer influencia cultural y socioeconómica e incluso llegar a desempeñar un poder equiparable al de un Estado. Sassen (1995)<sup>4</sup> señala que “las ciudades globales del mundo son el escenario en el que múltiples procesos globalizadores adoptan formas concretas y locales. Estas formas locales son, en buena parte, la esencia de la globalización. Las grandes ciudades de hoy en día se han convertido en un emplazamiento estratégico para toda una nueva clase de operaciones políticas, económicas, culturales y subjetivas. Son uno de los núcleos donde la aparición de nuevas reivindicaciones —por parte tanto de los poderosos como de los desfavorecidos—, se materializa y adopta formas concretas.” En definitiva, las ciudades globales compiten para emerger como polos de desarrollo económico, superando incluso el papel del Estado al cual pertenecen y constituyéndose como entes de poder territorial.

Por lo tanto, la globalización comprende varias dimensiones que van desde el orden mundial a las ciudades, y que se articulan mediante redes interconectadas que, siguiendo un modelo capitalista, se caracterizan por una apertura notable de los

---

<sup>4</sup> Saskia Sassen es una socióloga y economista estadounidense, y fue la promotora del concepto “ciudad global” en su estudio publicado en el año 1995, al cual el texto hace referencia. *La ciudad global: Una introducción al concepto y su historia*. Brown Journal of World Affairs, vol. 11(2): 27-43.

mercados, la cual reduce la autonomía de los Gobiernos de los Estados para implementar sus políticas económicas. Del mismo modo, el papel de los organismos e instancias internacionales se fortalece y limita el margen de decisión de los Estados, siendo un claro ejemplo de ello la Unión Europea, que se encarga de establecer las directrices político-económicas de sus Estados Miembros. En este sentido, Munzenmayer (2016)<sup>5</sup> destaca que, “ante esta situación, los Estados deben verse rentables y prósperos para atraer la inversión extranjera y firmas multinacionales obedeciendo a la estructura económica mundial y desregulando los mercados de bienes y servicios, lo que de alguna manera significa una mayor libertad para el capital de atravesar fronteras, favorecido por el desarrollo de nuevas técnicas que permiten una mejor y eficiente interconexión de los flujos tanto monetarios, tecnológicos y humanos, lo cual causa una interpretación flexible y rugosa de las fronteras territoriales de los Estados”.

En el momento actual, la crisis socioeconómica causada por el Covid-19 ha supuesto una contracción del comercio internacional y el proceso de globalización parece que puede convertirse en un boomerang y retroceder después de varias décadas de aumento en la apertura económica y comercial global, así como de proceso tecnológico; de todos modos, el impacto que tendrá la emergencia sanitaria actual en la configuración social, política y económica del mundo en el futuro todavía es impredecible. Por el momento, el informe anual de la Organización Mundial del Comercio<sup>6</sup> indica que las consecuencias podrían ser un aumento de las políticas proteccionistas por parte de los Gobiernos, y augura que el comercio mundial en 2020 llegará a sufrir un desplome del 32%, y cuyo impacto será más profundo en aquellos países y regiones más interconectadas, tales como la Unión Europea, Estados Unidos y China, entre otros.

En definitiva, los Estados, las regiones y las ciudades compiten entre ellos con el fin de ser unos mercados atractivos, captar más inversión extranjera y, en definitiva, impulsar su desarrollo económico y el bienestar. Así pues, Catalunya y el Área Metropolitana de Barcelona también representan un nodo en la red de interconexiones globales y participan activamente en el mapa político y económico

---

<sup>5</sup> Munzenmayer, Joseph (2016). *El Estado ante la globalización*. Alterinfos.

<sup>6</sup> World Trade Organization Annual Report 2019

mundial, pero para no caer en la irrelevancia necesita ser competitiva con el fin de mantenerse en las cadenas globales de valores y ser capaz de captar talento e inversión extranjera.



## **2. Análisis del grado de internacionalización de Catalunya**

En la actualidad, Catalunya ha alcanzado un grado de internacionalización considerable, lo que la sitúa en el mapa mundial de las relaciones comerciales, económicas, políticas y culturales que se dan entre los sujetos políticos. En este sentido, y al largo de las últimas décadas, la economía catalana se ha adaptado a la nueva realidad global, se han establecido nuevas relaciones comerciales con los actores de su entorno, desarrollado nuevos mercados y, en definitiva, cambiado la estructura económica del país. Por ello, la apertura económica ha conllevado para la economía catalana una mayor interacción con otros mercados internacionales y una oportunidad para el desarrollo económico y comercial del país.

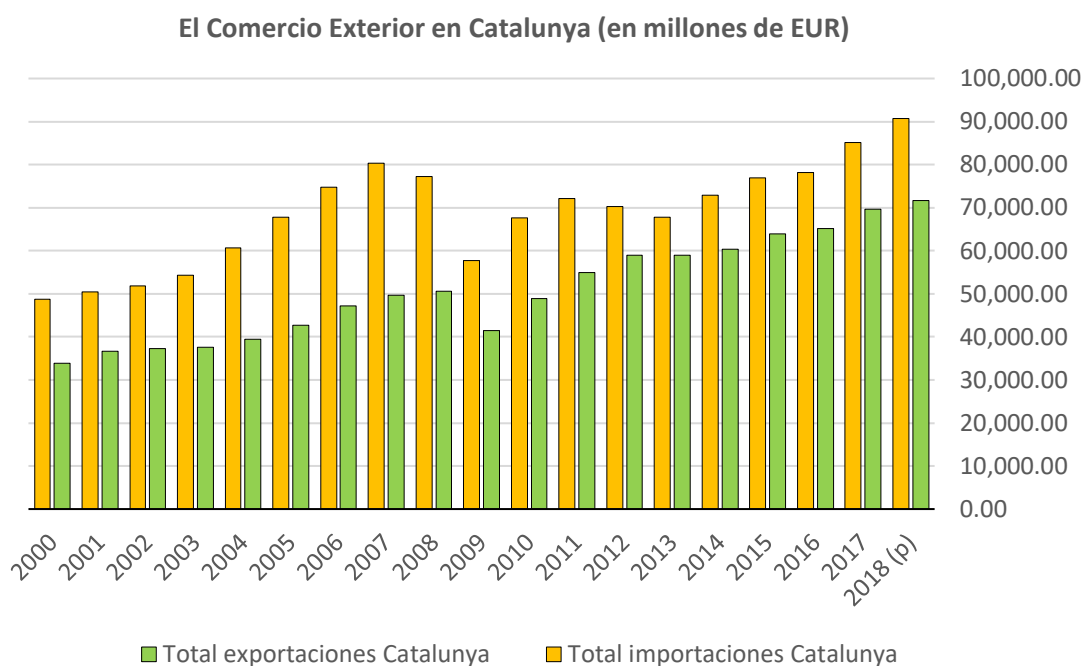
Para hacer un análisis del grado de internacionalización de Catalunya en el momento presente, existen varios indicadores de naturaleza económica que muestran de forma amplia cual es el comportamiento y la situación de la economía catalana en el contexto mundial.

### **2.1. Las exportaciones e importaciones catalanas**

El sector exterior catalán se caracteriza por un alto dinamismo, el cual se ha ido consolidando durante los últimos años, con un crecimiento estable de las exportaciones e importaciones. A pesar de la reciente desaceleración en el comercio mundial, que ha reducido considerablemente los índices de crecimiento del comercio exterior en la mayoría de economías, las exportaciones catalanas alcanzaron su máximo histórico en 2018 por un valor de 71.649 millones de euros, al experimentar un incremento sostenido que se ha ido prolongando a lo largo de la última década. Asimismo, las importaciones hacia Catalunya alcanzaron un valor de 90.764 millones de euros en el mismo año, lo que supone un incremento sustancial respecto períodos anteriores. En el año 2018, las exportaciones catalanas representaron más de un 25% del total del conjunto del Estado español, mientras que las importaciones

representaron más de un 28% del total, por lo que la economía catalana lidera el comercio internacional en el Estado español.<sup>7</sup>

En lo que concierne la evolución histórica del valor relativo a las exportaciones e importaciones, podemos observar ciertas tendencias que marcan el comportamiento de las variables en cuestión:



*Ilustración 1 - El Comercio Exterior en Catalunya. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Idescat*

Por una parte, por lo que hace al total de exportaciones catalanas, se observa un claro incremento a partir del siglo XXI, a pesar de sufrir cierto retroceso durante el estallido de la crisis económica en el año 2008. Por otra parte, el componente importador tiene un comportamiento similar, a pesar que la crisis económica y la consecuente pérdida de valor adquisitivo de la sociedad y de las empresas catalanas hizo que tuviera que pasar más de una década por volver a alcanzar el nivel de importaciones de 2017. El buen comportamiento de las exportaciones catalanas comparado con la estancación de las importaciones implica que el déficit en la balanza comercial exterior de Catalunya se haya visto reducido en comparación con la primera década del siglo XXI.

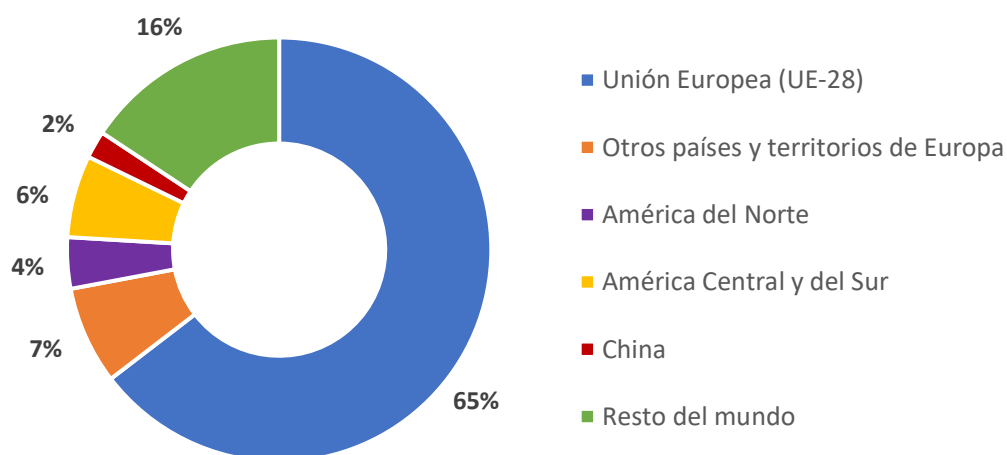
<sup>7</sup> Cifras según el Institut d'Estadística de Catalunya

Actualmente, tanto el valor del total de exportaciones como el de importaciones de Catalunya han alcanzado el máximo histórico tras haber experimentado un crecimiento consistente a lo largo de la última década.

### 2.1.1. Destino de las exportaciones catalanas

El destino de las exportaciones catalanas mantiene diversificación baja, ya que la Unión Europea tiene un peso muy relevante sobre el total, tal y como se puede observar en la siguiente ilustración:

**Destino de las Exportaciones Catalanas por Área Geográfica, 2018**



*Ilustración 2 – Destino de las Exportaciones Catalanas (2018). Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Idescat*

La Unión Europea representa el 65% del mercado de destino de las exportaciones catalanas, por lo que las exportaciones se dirigen principalmente a los mercados de los demás países miembros, principalmente debido a la proximidad geográfica con estos mercados y a la libre circulación de bienes y servicios que establece el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea vigente. La existencia del mercado común facilita en gran medida el establecimiento de relaciones comerciales entre los países de la Unión Europea e incentiva la exportación e importación de productos entre los Estados miembros. Las exportaciones de Catalunya hacia la Unión Europea alcanzaron un valor de 46.273 millones de EUR en 2018, siendo Francia el principal mercado de destino de

los productos catalanes por un valor de 11.498 millones de EUR (24,8% del valor de las exportaciones hacia la UE), seguido por Alemania (7.634 M de EUR y 16,5%), Italia (6.219 M de EUR y 13,4%), Portugal (4.884 M de EUR y 10,6%) y Reino Unido (3.927 M de EUR y 8,5%). Es remarcable el hecho que Francia representa prácticamente una cuarta parte del valor de las exportaciones catalanas hacia la Unión Europea, principalmente debido a las grandes dimensiones del mercado y a su fácil accesibilidad por su proximidad geográfica.

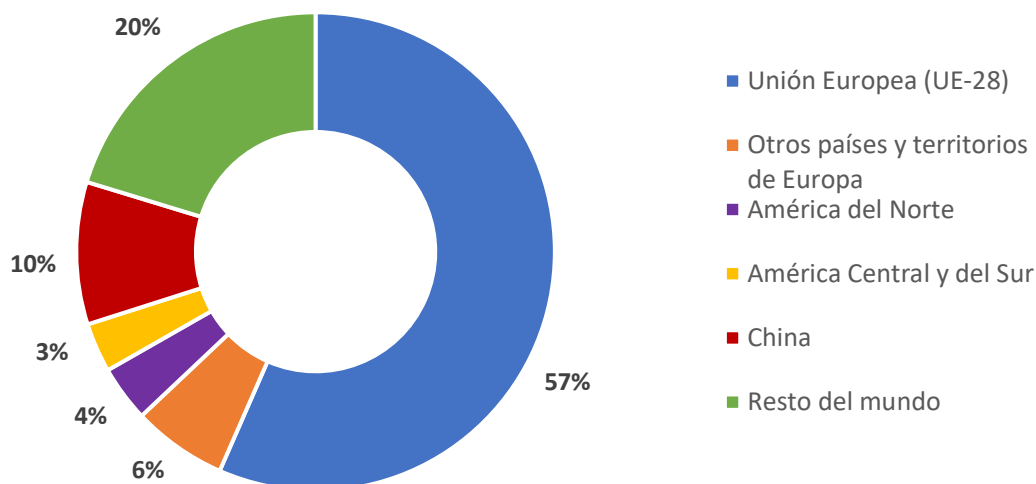
Más allá de las fronteras de la Unión Europea, el resto de países que conforman el viejo continente pero que no pertenecen al mercado común representan un mercado importante para las exportaciones catalanas, ya que son el destino del 7% de las exportaciones.

América sigue siendo un mercado potencial para Catalunya, ya que el 10% de las exportaciones se dirigen a esta región, en la que tiene una importancia mayor el mercado centro y sudamericano, principalmente debido a la baja distancia cultural que existe entre Catalunya y estos mercados, la cual facilita en gran medida la comunicación entre las dos partes y agiliza el comercio intercontinental.

Por último, China representa un mercado residual para Catalunya, ya que tan solo un 2,1% de las exportaciones se dirigen allí, mientras que el flujo de importaciones provenientes de China es considerablemente superior, teniendo en cuenta la gran capacidad productiva de China.

### **2.1.2. Origen de las importaciones catalanas**

El origen de las importaciones catalanas mantiene una distribución geográfica similar a los mercados de destino de las exportaciones, si bien existen algunas diferencias en el comportamiento del comercio.

**Origen de las Importaciones Catalanas por Área Geográfica, 2018**

*Ilustración 3 – Origen de las Importaciones Catalanas (2018). Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Idescat*

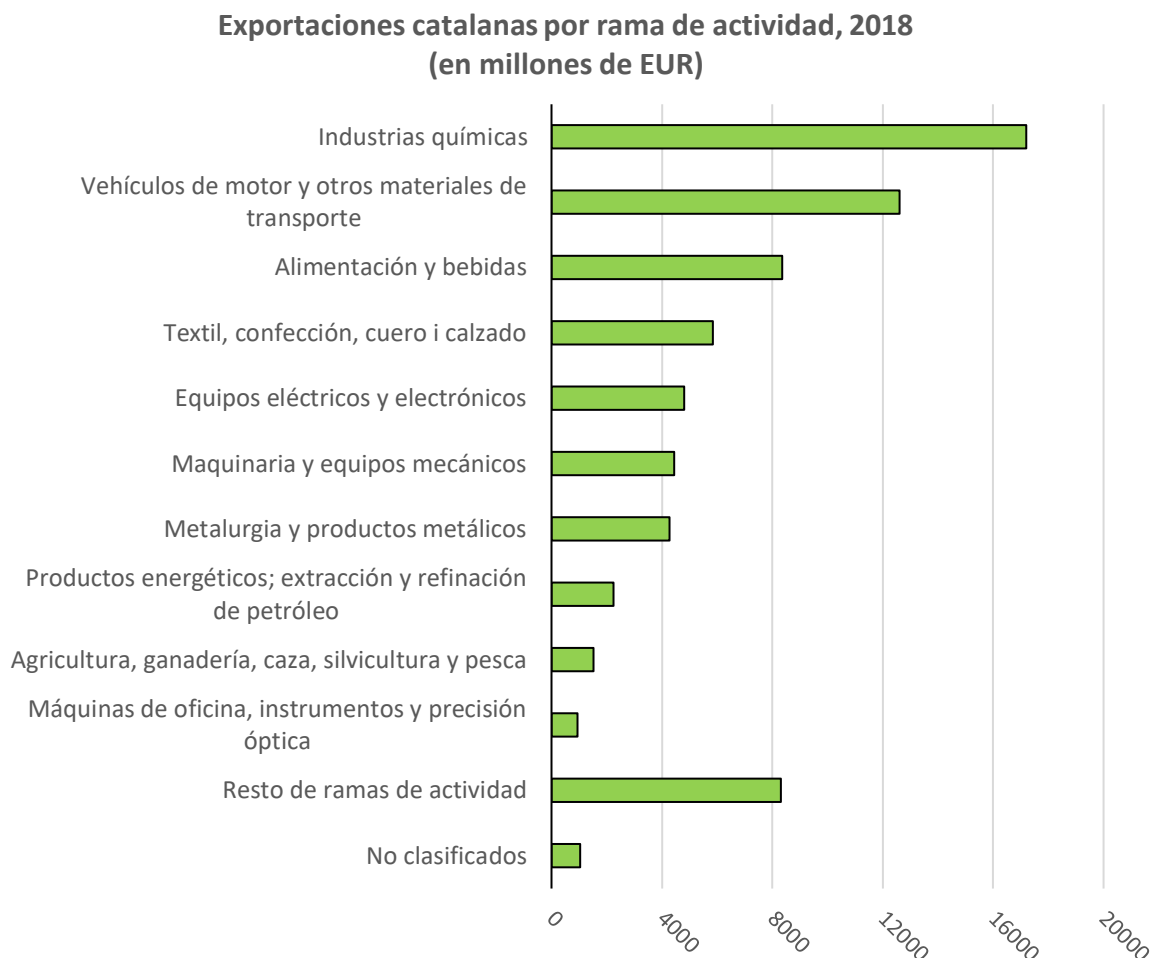
Tal y como se puede observar en la Ilustración 3, la Unión Europea también representa el principal proveedor de Catalunya, con un volumen del 56,6% del total y un valor que asciende a los 51.340 millones de euros. No obstante, el peso de las importaciones provenientes del mercado común tiene una relevancia menor que las exportaciones, ya que otros mercados a escala global cobran especial importancia a la hora de importar productos hacia Catalunya. En este sentido, destaca el peso de China, un mercado que representa un 9,6% del total de importaciones hacia Catalunya (8.731 millones de EUR), a pesar de ser un mercado destino residual para las exportaciones catalanas. Por su parte, el continente americano engloba un 7% del total de importaciones hacia Catalunya, dentro del cual Norteamérica mantiene un peso más destacado. Por último, las importaciones provenientes del resto del mundo (África, Sudeste Asiático, Japón, Rusia...) computan un 20% del total.

**2.1.3. Exportaciones catalanas por rama de actividad**

Resulta de especial interés analizar a qué sectores específicos se dirigen las exportaciones catalanas, para así comprender la especialización económica de Catalunya en cuanto al sector exterior. De este modo, se puede comprender qué

demanda satisface la economía catalana en los mercados exteriores. Las ramas de actividades comprenden un amplio abanico de industrias y de sectores económicos, que para este análisis dividiremos en los siguientes:

- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca
- Productos energéticos; extracción y refinamiento de petróleo
- Alimentación y bebidas
- Textil, confección, cuero i calzado
- Industrias químicas
- Metalurgia y productos metálicos
- Maquinaria y equipos mecánicos
- Máquinas de oficina, instrumentos y precisión óptica
- Equipos eléctricos y electrónicos
- Vehículos de motor y otros materiales de transporte
- Resto de ramas de actividad



*Ilustración 4 – Exportaciones Catalanas por Rama de Actividad (2018). Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Idescat y del Departament de Duanes i Impostos Especials de l'Agència Estatal d'Administració Tributària*

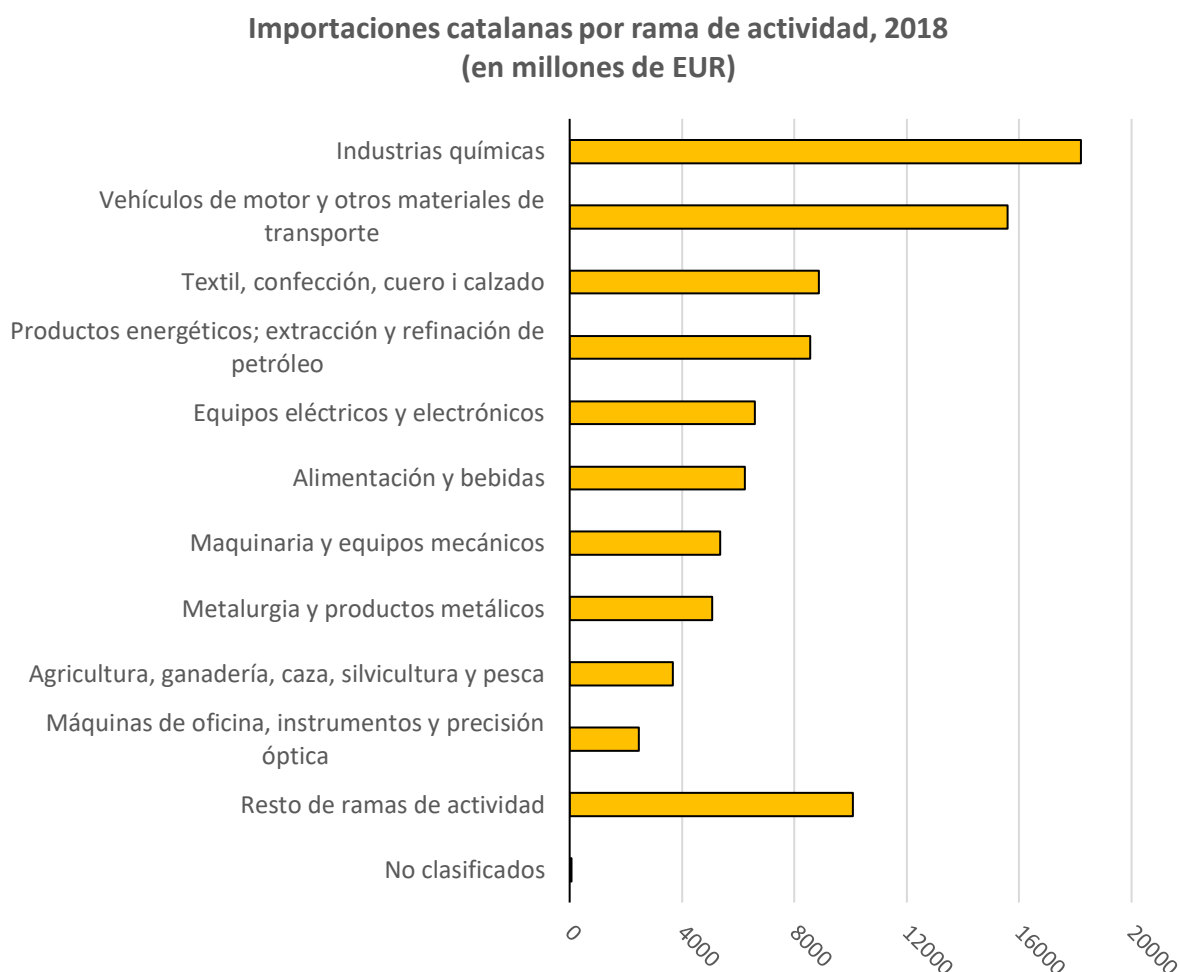
En la Ilustración 4 se puede observar de forma clara como la industria química representa el sector que predomina en las exportaciones catalanas y que, con un valor de 17.197 millones de euros, suma el 24% del total. Las exportaciones de la industria química son especialmente relevantes debido al importante tejido industrial consolidado en este sector, especialmente en el área de Tarragona, donde numerosas empresas químicas tanto nacionales como internacionales operan, beneficiándose además de infraestructuras clave como el Port de Tarragona. Destacan también las exportaciones de vehículos de motor y otros materiales de transporte, en parte impulsadas por las numerosas fábricas de automóviles presentes en varios puntos de la geografía catalana. Finalmente, las exportaciones de alimentación y bebidas también tienen un valor relevante sobre el total.

De forma general, las exportaciones se basan en el sector secundario, ya que la gran mayoría forman parte de algún tipo de industria, por lo que se puede afirmar que el sector exterior catalán presenta una base industrial.

#### 2.1.4. Importaciones catalanas por rama de actividad

Las importaciones por rama de actividad demuestran aquellos sectores de la economía catalana que tienen una mayor dependencia del exterior, pero también aquellos sectores de la economía que están más internacionalizados y consolidados en las cadenas globales de valor debido al gran flujo de comercio internacional que llevan intrínsecos.

Si analizamos las importaciones catalanas por rama de actividad, observamos la siguiente estructura:



*Ilustración 5 – Importaciones Catalanas por Rama de Actividad (2018). Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Idescat y del Departament de Duanes i Impostos Especials de l'Agència Estatal d'Administració Tributària*



Al igual que en las exportaciones, la industria química y los vehículos de motor y otros materiales de transporte encabezan las importaciones por rama de actividad, debido a las sinergias exteriores que se generan en estos sectores que se crean a causa de su integración en las cadenas globales de valores. En este sentido, y ya que la industria química presenta un alto grado de desarrollo en Catalunya, implica que esta industria establece interrelaciones con la industria química a escala global y que, a parte de exportar el producto, también depende de la importación de componentes que son producidos en otros países. A parte del factor de las cadenas globales de valor, también está el hecho que determinados sectores se caracterizan por tener una apertura exterior alta y comerciar con bienes con un valor elevado, por lo que se sitúan en las principales ramas de actividad por lo que hace la exportación e importación de productos desde y hacia Catalunya.

## **2.2. La innovación en el comercio exterior catalán**

La innovación científica y tecnológica representa hoy en día uno de los principales retos a escala global. Las economías compiten para desarrollar más y mejor tecnología con el fin de ser más eficientes y competitivas, así como para convertirse en potencias tecnológicas globales. La tecnología proporciona un alto valor añadido en aquellas economías que están especializadas en su desarrollo, y en consecuencia representa un activo estratégico. La irrupción de las nuevas tecnologías ha conllevado un cambio de paradigma para la mayoría de economías avanzadas y en el comportamiento de los consumidores; en este sentido, los países avanzados han cultivado un ecosistema de empresas tecnológicas especializadas en el desarrollo de nuevas tecnologías y en la producción de bienes con un contenido tecnológico medio y alto, con el apoyo de las políticas públicas.

En la actualidad nos encontramos en un escenario en qué Estados Unidos y China son dos potencias que se disputan la hegemonía tecnológica global, y por ello los dos países mantienen importantes tensiones en este ámbito; un claro ejemplo de ello es el

interés de Estados Unidos para frenar a *Huawei*<sup>8</sup>. Mientras Estados Unidos, y en menor medida la Unión Europea, han sido caracterizados históricamente por ser los laboratorios científicos y tecnológicos del mundo, así como los grandes polos de innovación, China se ha caracterizado históricamente por ser la fábrica mundial desde la industrialización del país. No obstante, el creciente desarrollo tecnológico y el gran progreso científico y tecnológico de la potencia asiática ha creado una disputa entre China y Estados Unidos por la hegemonía tecnológica. Por lo tanto, el ámbito de la innovación resulta indispensable para los países con el fin de ser competitivos y atractivos, así como para tener la capacidad de generar valor añadido mediante la producción de productos con un alto contenido tecnológico y convertirse en polos de atracción de talento.

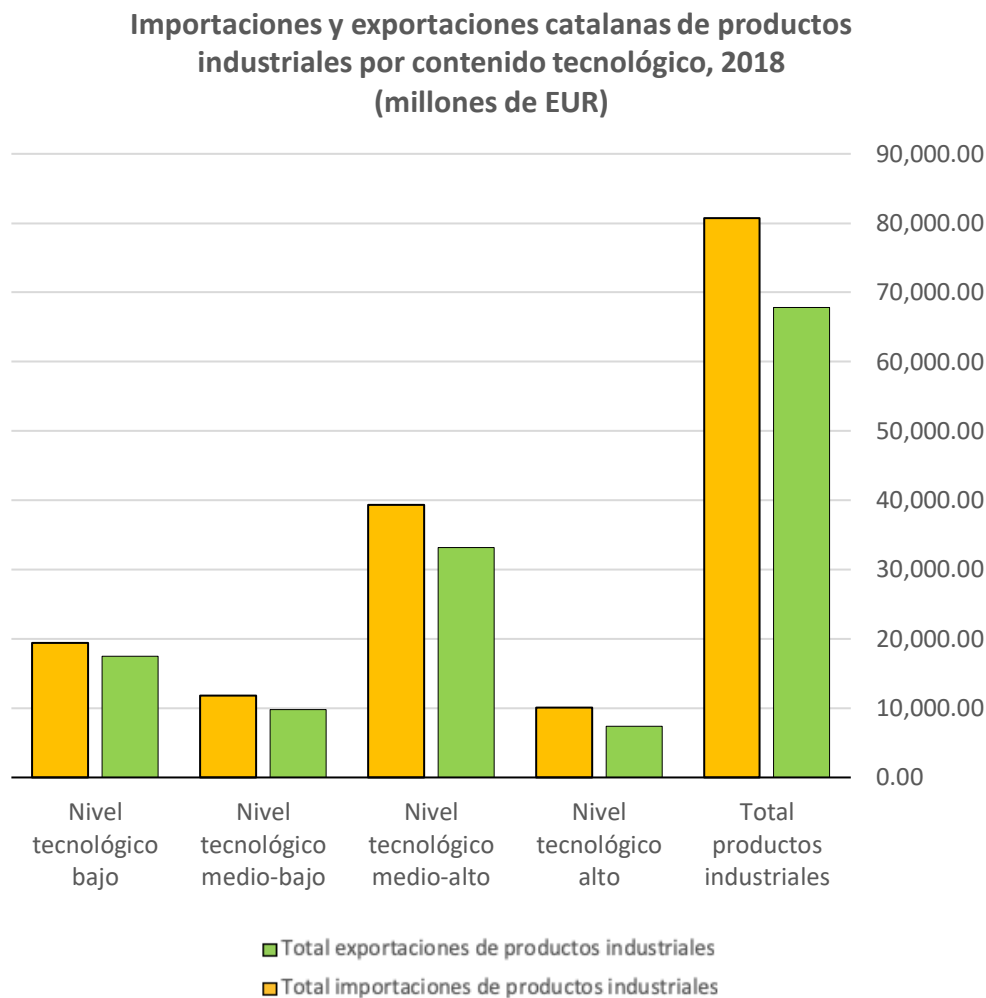
En este ámbito, Catalunya destaca por ser una de las regiones más innovadoras de Europa, en gran medida debido al gran atractivo que tiene la ciudad de Barcelona y su área metropolitana para atraer proyectos de innovación científica y tecnológica, lo cual conlleva al mismo tiempo conlleva una atracción de talento humano, a menudo especializado en digitalización, así como por su capacidad de mantener uno de los ecosistemas de empresas *startups* más desarrollados de la Unión Europea.<sup>9</sup>

El gran desarrollo en la ciencia y la tecnología ha conllevado la comercialización internacional de productos con un alto componente tecnológico. Así pues, teniendo en cuenta que los bienes más comercializados a escala internacional son los productos industriales, éstos pueden tener un componente tecnológico alto o bajo. Así pues, por lo que hace a las exportaciones e importaciones de productos industriales en Catalunya, la distribución de su contenido tecnológico es la siguiente:

---

<sup>8</sup> Huawei es una multinacional tecnológica china especializada en la investigación, desarrollo y fabricación de productos electrónicos.

<sup>9</sup> Barcelona fue considerada la 4ª ciudad más innovadora de Europa en 2019 y la 21ª en el mundo, según el Innovation Cities Index de 2thinknow. Además, Barcelona es 5ª ecosistema de startups más dinámico de Europa, albergando más de 1.500 startups que dan empleo a 16.900 personas. Fuente: <http://catalonia.com/startups-in-catalonia/for-international-startups/7-things-you-need-to-know.jsp>



*Ilustración 6 – Importaciones y Exportaciones Catalanas por Contenido Tecnológico (2018). Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Idescat*

Catalunya destaca por ser una economía con un sector secundario desarrollado, y con un sector exterior caracterizado por una fuerte presencia industrial. Por ello, en el ámbito comercial exterior catalán, predomina la exportación de productos de carácter industrial, así como también las importaciones de productos industriales que, a menudo, sirven para abastecer a la industria catalana.

Tanto en las exportaciones como en las importaciones, predomina un producto industrial de un nivel tecnológico medio-alto, lo que resulta positivo para la economía ya que se trata de productos que aportan un alto valor añadido al mercado. Del mismo modo, también destacan la exportación de productos con un nivel tecnológico bajo, que suelen tratarse de componentes que pasan a integrarse en la cadena de valor global como bienes intermedios, así como la importación de productos con un nivel tecnológico bajo, que abastecen las cadenas de valor de las empresas catalanas para

así fabricar productos intermedios o el producto/servicio final. Por último, los productos con un nivel tecnológico alto no destacan especialmente en la industria catalana, tanto para la importación como la exportación, si bien existe un sector industrial reducido dedicado a este sector en concreto.

### 2.3. El posicionamiento del Estado en las cadenas globales de valor

La apertura comercial a nivel global y el desarrollo del transporte y de las tecnologías de la comunicación ha permitido la creación de las cadenas de globales de valor, que se originan cuando las actividades relacionadas con la fabricación y comercialización de un producto se dividen por fases, y estas tienen lugar en ubicaciones geográficas diferentes a nivel internacional, beneficiándose así de la especialización económica de cada país así como de los bajos costes de producción que presentan algunas ubicaciones geográficas, entre otros. En la actualidad, las cadenas globales de valor constituyen la mayor parte del comercio internacional, y en el año 2015 el 66% del comercio mundial<sup>10</sup> fueron bienes intermedios, servicios, tecnologías y capitales que se usaron para la producción de bienes finales en otros países. En un artículo, de la Dehesa (2015)<sup>11</sup> señala que, “en lugar de producir desempleo, las GVC crean empleo y permiten mantener, en los países desarrollados, a trabajadores especializados en actividades de I+D, tecnología, ingeniería, capital, finanzas y en otros servicios de alto valor añadido (...) Los países en desarrollo y emergentes también se han incorporado a dichas cadenas, ofreciendo no sólo trabajos menos especializados y de menor coste, pero también capital y financiación.”

No obstante, las fases de la cadena de valor de un producto no generan el mismo valor añadido, sino que difieren entre ellas, según la llamada *Smiling Curve*.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Dato extraído Economipedia: Nicole, Paula (2020). Cadena global de valor. Economipedia. [<https://economipedia.com/definiciones/cadena-global-valor.html>]

<sup>11</sup> En este artículo escrito para El País, Guillermo De La Dehesa analiza el papel de las cadenas globales de valor y su impacto en las economías tanto desarrolladas como emergentes.

<sup>12</sup> En español, “Curva de la sonrisa”. Demuestra como el valor añadido varía según la fase de la cadena de valor.

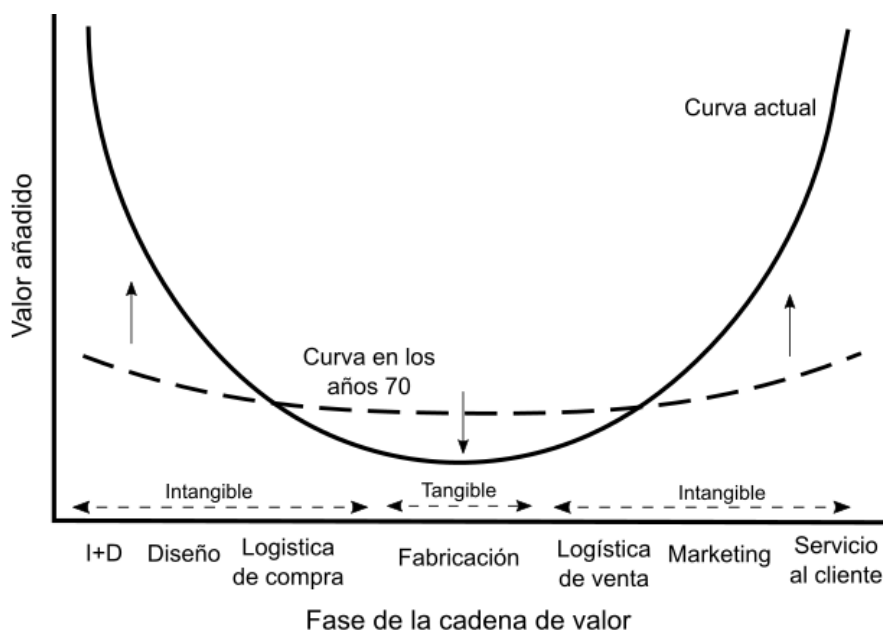


Ilustración 7 – La “Smiling Curve”. Fuente: OECD *Interconnected Economies Benefiting from Global Value Chains* (2013), basado en Shih (1992), Dedrick & Kramer (1999) y Baldwin (1992)

Así pues, las actividades de investigación y de desarrollo, así como de diseño del producto en las primeras etapas de la cadena de valor, tendrían un alto valor añadido. Seguidamente, la fabricación del producto tendría un valor añadido reducido y, en el final de la cadena de valor, el marketing y el servicio al cliente supondrían un valor añadido alto. Es por ello que las economías avanzadas tienden a llevar a cabo las primeras y últimas fases de la cadena de valor en origen, creando empleo cualificado y con salarios elevados, mientras que la fabricación la delegan a países con mano de obra barata.

Para aproximar la participación de una economía en las CGV<sup>13</sup>, es necesario la suma de su participación *backward* y *forward*.<sup>14</sup> Cuanto más sumen, más integrada estará la economía en las CGV, ya sea porque sus exportaciones requieren de la importación de productos, o bien porque las exportaciones son bienes intermedios que se usarán en terceros países.

Para analizar el posicionamiento de Catalunya en las CGV, se debe aproximar la diferencia entre la participación *forward* y la participación *backward*. Si la diferencia da

<sup>13</sup> Abreviación de Cadena(s) Global(es) de Valor.

<sup>14</sup> La participación *backward* se refiere al Valor Añadido Foráneo en el valor bruto de las exportaciones de un país. La participación *forward* se refiere al Valor Añadido Doméstico de los bienes o servicios exportados que, posteriormente, serán reexportados a un tercer país, según Prades y Villanueva (2017). *España en las cadenas globales de valor*. Banco de España.

un valor bajo, indica que las exportaciones están cercanas al consumidor final, mientras que un valor alto indicaría que la economía está basada en la provisión de factores de producción que serán reexportados a otros países.

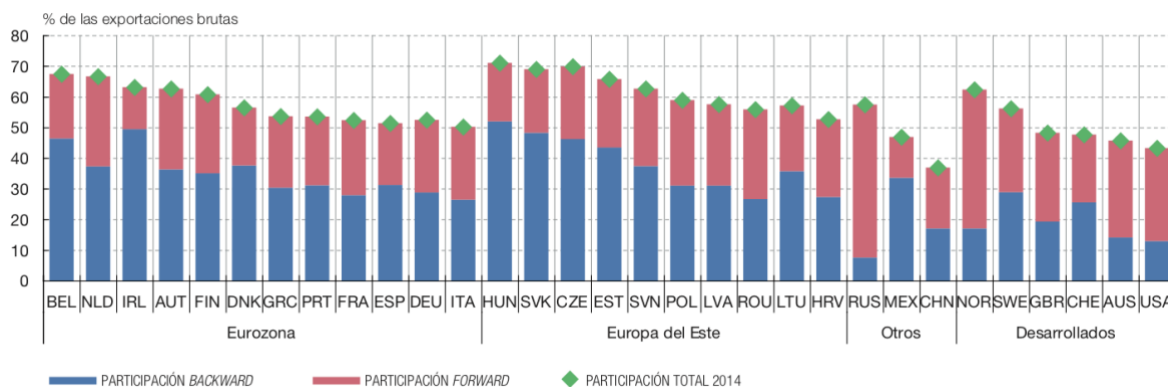


Ilustración 8 – Participación backward y forward en las CGV, por país (2014).<sup>15</sup>

Fuente: Banco de España.

El conjunto de España ha aumentado su participación en las CGV, pasando del 44,7% registrado en el año 2000 al 51,4% registrado en 2014, a pesar que en 2011 dicha participación llegó a situarse en el 52%.<sup>16</sup> Los datos demuestran que el nivel de participación en las CGV es alto, teniendo en cuenta que existe una causalidad negativa entre la participación en las CGV y el tamaño de la economía, ya que los países de mayor tamaño dependen menos de las importaciones, al tener mayor capacidad de acceder a proveedores de ámbito nacional. Por ello, la participación es similar a economías del entorno, como Alemania o Francia.

La participación de España en las CGV se caracteriza por ser esencialmente *backward*, con un componente *forward* con una importancia relativa menor en comparación con los demás países del análisis. A pesar de que existe una gran heterogeneidad entre los diferentes sectores industriales, la diferencia entre participación *forward* y *backward* indica que el posicionamiento de España y de Catalunya en las CGV, el cual se caracteriza por unas exportaciones de productos mayoritariamente cercanos al bien o servicio final.

<sup>15</sup> La participación se define como la suma de la participación backward y la participación forward. La baja participación de China y México se debe a que las tablas WIOD trabajan con la hipótesis de proporcionalidad de los coeficientes técnicos en cada sector, independientemente de si son empresas domésticas o internacionalizadas; para más detalles, véase Koopman, Powers, Wang y Wei (2010).

<sup>16</sup> Datos de Prades y Villanueva (2017). España en las cadenas globales de valor. Banco de España.

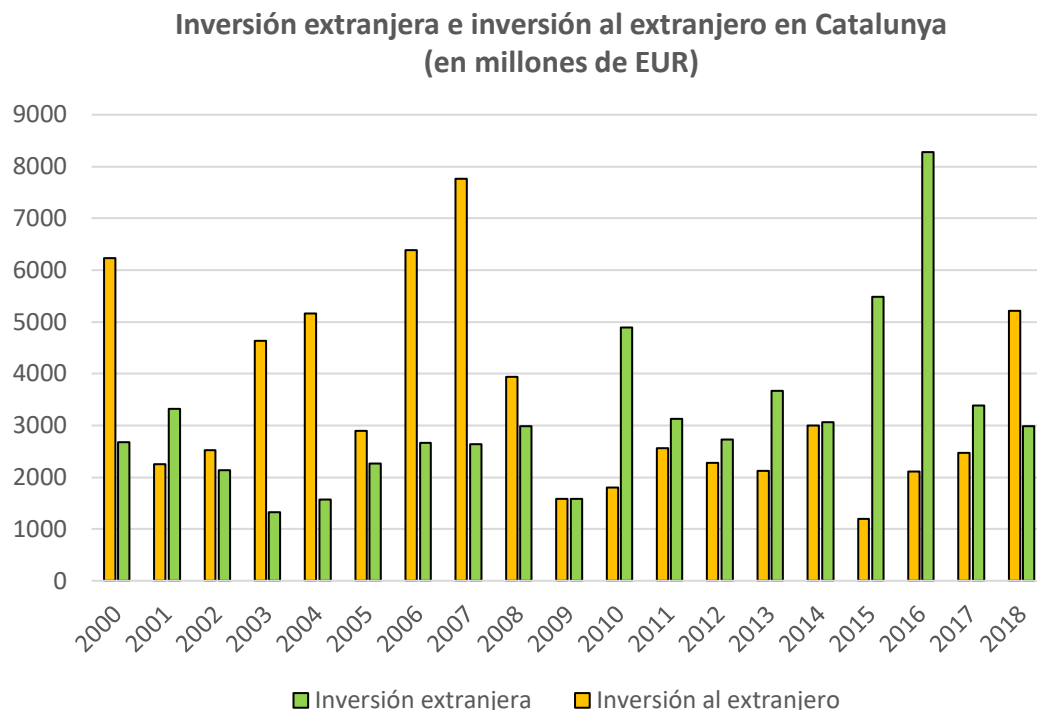
## 2.4. La inversión extranjera directa en Catalunya

La inversión extranjera directa ha experimentado un aumento considerable desde finales del siglo XX, propulsada principalmente por la paulatina apertura de los mercados internacionales, así como por el creciente interés de los inversores y las multinacionales para administrar actividades de producción o de servicios en otros países, y hoy en día constituye un elemento esencial para la prosperidad económica de los países desarrollados y un foco de desarrollo para los países emergentes. Como consecuencia del aumento de la inversión extranjera directa, han aparecido las sociedades multinacionales, que en la actualidad representan uno de los actores más relevantes del comercio internacional y contribuyen a una parta muy substancial del flujo de bienes y de servicios más allá de las fronteras de los países.

Tal y como señalan Mallampally y Sauvant (1999)<sup>17</sup>, “la IED se ha convertido en una importante fuente de financiamiento externo privado para los países en desarrollo. Este tipo de inversión difiere de otras corrientes externas de capital privado en cuanto a que depende en gran medida de las perspectivas a largo plazo con que cuentan los inversionistas para obtener utilidades en actividades de producción que controlan directamente”. Por lo tanto, la captación de inversión extranjera directa representa una importante inyección de capital a las economías, que a su vez implica la creación de riqueza y de trabajo a largo plazo, así como un impulso al crecimiento económico, por lo que se atracción resulta especialmente relevante para el dinamismo de los mercados que la reciben.

---

<sup>17</sup> Mallampally, Padma. Sauvant, Karl (1999). La inversión extranjera en los países en desarrollo. Fondo Monetario Internacional



*Ilustración 9 – Inversión extranjera e inversión al extranjero en Catalunya. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Idescat*

Tal y como se puede observar en la Ilustración 7, tanto la evolución de la inversión extranjera en Catalunya como la inversión catalana al extranjero no han presentado una tendencia uniforme a lo largo del período analizado.

En primer lugar, destaca la irregularidad de la evolución de las dos variables, que no mantienen una tendencia predominantemente creciente o decreciente durante el período, sino que presentan altos y bajos de forma generalizada. Este hecho es debido a que en algunos años en concreto ha habido inversiones extranjeras en el territorio que han supuesto un gran desembolso de capital extranjero en Catalunya, mientras que en otros años no ha habido inversiones extranjeras de una envergadura tan considerable.

En segundo lugar, destaca especialmente el hecho que, en la primera década del siglo, los flujos de capital catalán hacia el extranjero eran notablemente superiores a los flujos de capital extranjero hacia Catalunya. Dicha tendencia cambia en la segunda a partir de 2010, cuando la inversión extranjera pasa a ser superior a la inversión hacia el extranjero. Además, la inversión extranjera directa crece también en valor absoluto, la cual cosa significa que, o bien la economía atrae más inversiones o bien éstas implican



una inyección de capital mayor. Este cambio resulta muy positivo para la economía catalana, ya que significa que el ecosistema económico es competitivo y es capaz de atraer proyectos de inversión extranjera, contribuyendo así a la creación de empleo y al dinamismo de la economía.

## **2.5. El impacto del turismo en la internacionalización de la economía**

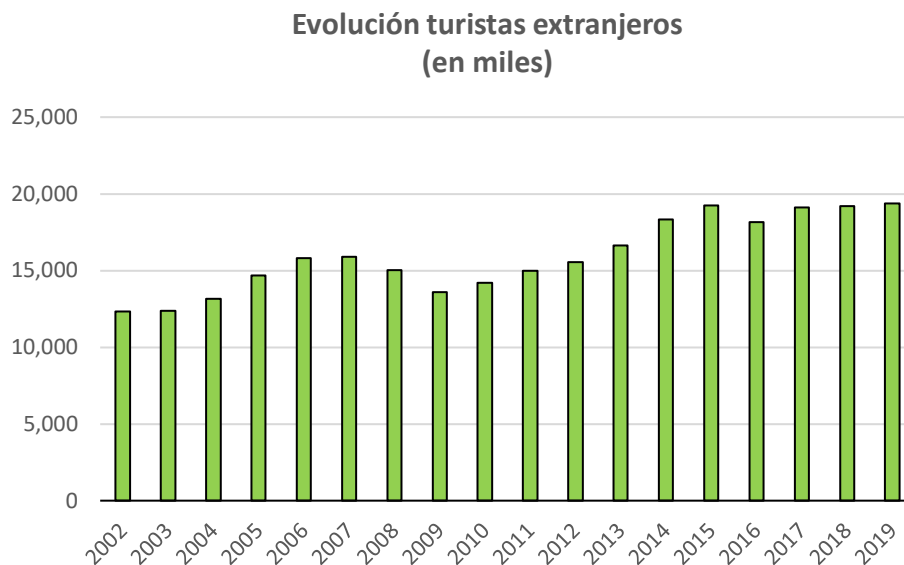
La economía catalana destaca por tener uno de los sectores turísticos más desarrollados de Europa, por lo que el impacto del turismo genera un gran estímulo económico que acaba repercutiendo sobre otros sectores de actividad. El turismo en Catalunya no solamente engloba a los visitantes extranjeros, sino que también procede de los mismos residentes de Catalunya que se desplazan a la costa, al interior o a la montaña para hacer turismo, o de los turistas provenientes del resto del Estado español. A pesar de ello, este análisis del sector turístico en Catalunya no incluye el turismo nacional, sino que está focalizado en el turismo internacional.

En 2019 el gasto turístico en Catalunya alcanzó el récord de 21.325 millones de euros, por lo que se trata de un sector que representa el 12% del PIB catalán, así como el 14% de la ocupación total en Catalunya, por lo que la economía catalana tiene una alta dependencia en este sector. Además, en 2019 Catalunya concentró el 23,1% del total de turistas extranjeros que visitaron el Estado español, registrando prácticamente 19,4 millones de visitantes.<sup>18</sup>

Respecto a la evolución del número de turistas extranjeros en Catalunya, hay una tendencia al alza desde el inicio del siglo XXI, y que ya había empezado a finales durante el final del siglo XX. En este sentido, se aprecia un descenso durante los años más fuertes de la crisis financiera, y que luego se recupera, hasta llegar al máximo histórico en el año 2019.

---

<sup>18</sup> Datos del Institut d'Estadística de Catalunya



*Ilustración 10 – Número de turistas extranjeros en Catalunya. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Idescat*

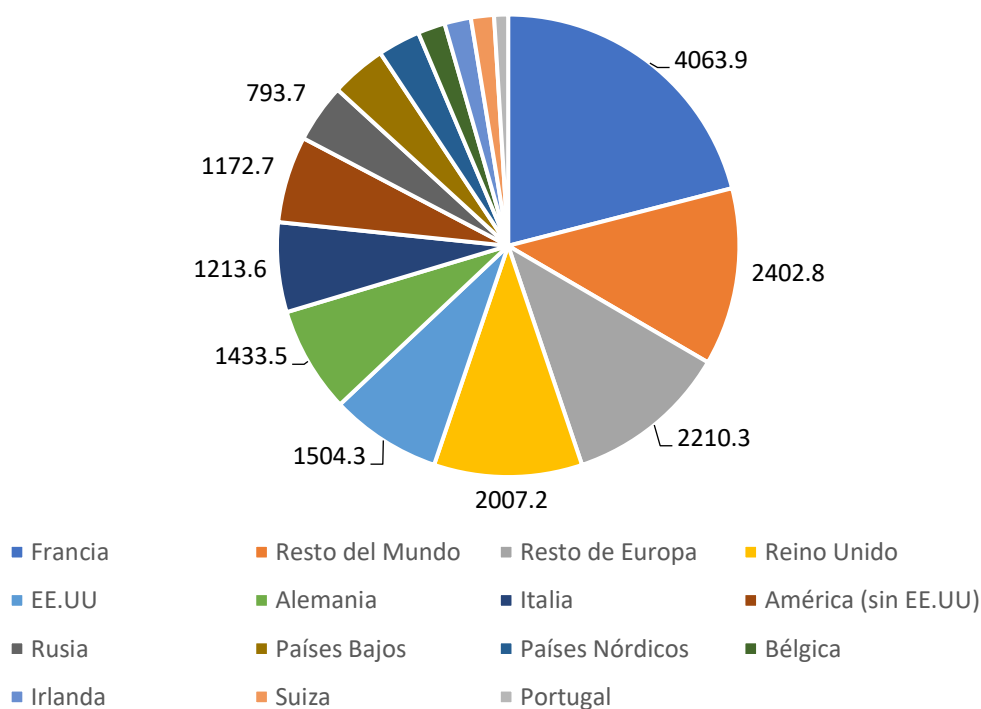
Si bien la ciudad de Barcelona concentra gran parte del turismo que recibe Catalunya, también existen otras zonas con un sector turístico altamente desarrollado, que son principalmente las zonas costeras de la Costa Brava o de la Costa Daurada, en lo que se refiere al número de visitantes. Por lo tanto, la costa catalana es la zona más desarrollada en lo relativo al sector turístico, aunque las comarcas del Pirineo también tienen una oferta turística destacable y atraen a numerosos visitantes

Por un lado, si analizamos el motivo del viaje de los turistas, podemos concluir que el turismo que recibe Catalunya está caracterizado por ser predominantemente basado en el ocio; en este sentido, en 2015 prácticamente el 81% de los extranjeros que visitaron Catalunya lo hicieron por razones de ocio o de vacaciones, mientras que solamente un 11% viajaron por razones profesionales. Por otro lado, en este mismo año la gran mayoría de turistas extranjeros llegaron a Catalunya mediante el transporte aéreo, que supuso el 67% del total, mientras que un 26% llegaron mediante automóvil, un 4% en autocar o un 1% en tren.<sup>19</sup> Así pues, uno de los retos que tiene Catalunya es reforzar el turismo de negocios para que éste gane más peso, ya que además el turista que viaja por un motivo profesional también suele ser el que hace un gasto mayor durante su estancia; del mismo modo, otro reto es potenciar la conexión

<sup>19</sup> Datos del Institut d'Estadística de Catalunya

de Catalunya por vías ferroviarias con las principales ciudades europeas, ya que este método de transporte representa una parte muy residual en lo relativo a la llegada de los turistas en el país.

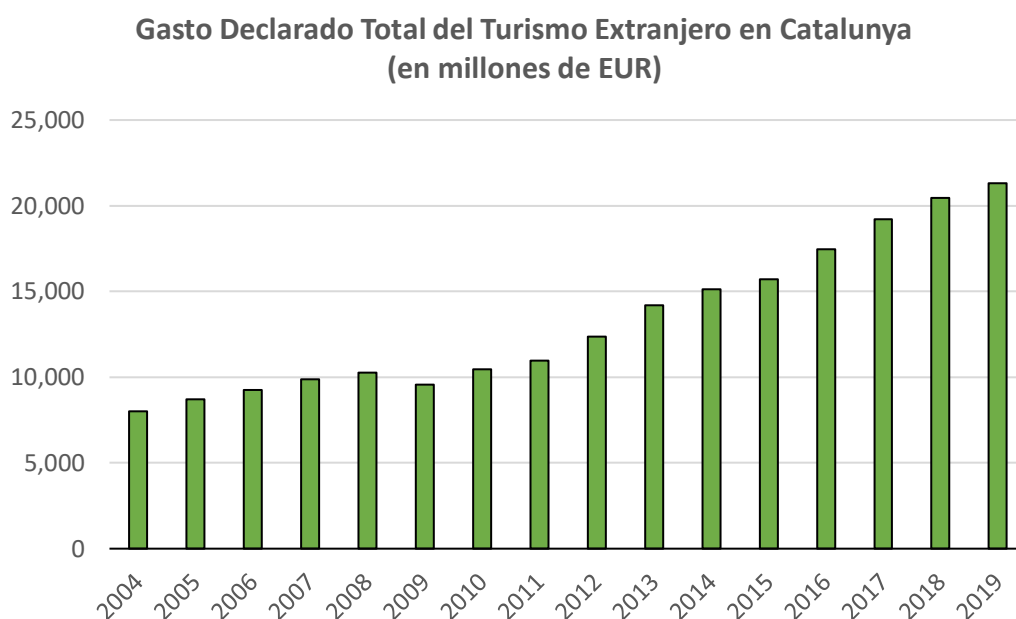
**Turistas extranjeros en Catalunya por país de residencia, 2019**  
(en miles de personas)



*Ilustración 11 – Turistas extranjeros en Catalunya por país de residencia. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Idescat*

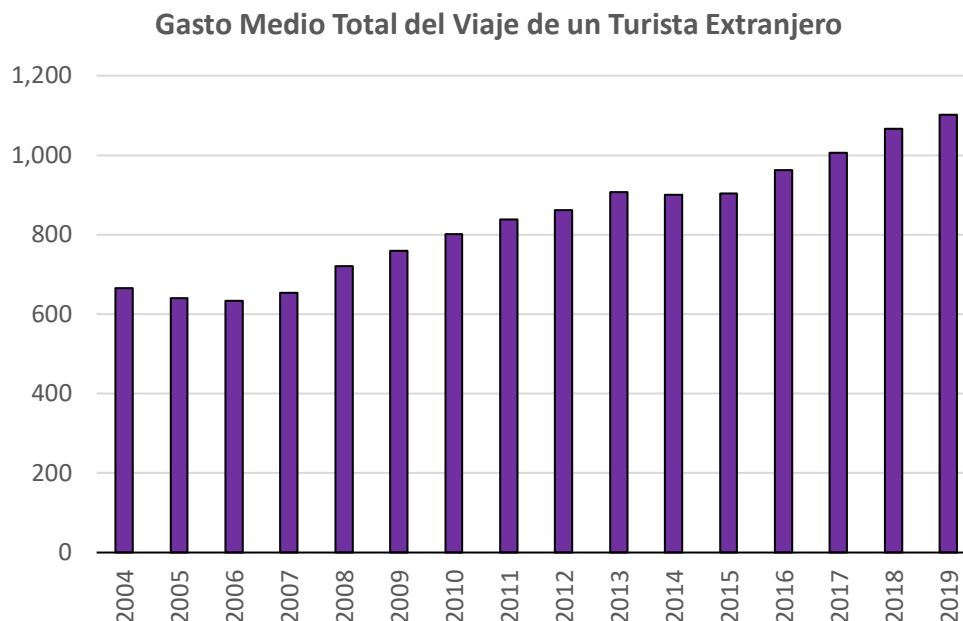
En relación al origen de los turistas extranjeros que visitan Catalunya, se constata que provienen predominantemente del continente europeo por su proximidad geográfica, siendo Francia, con más de 4 millones de visitantes, el país que mantiene el número de turistas más elevado, y seguido por el Reino Unido, Alemania e Italia, que mantienen una cuota destacable sobre el total. En relación a los países no europeos, destaca especialmente Estados Unidos que, con 1,5 millones de visitantes es el tercer país por lo que hace el número absoluto de turistas, así como Rusia con prácticamente 800.000 visitantes. Así pues, Catalunya tiene el reto de potenciar el segmento del turismo asiático con alto poder adquisitivo, ya que la región mantiene una cuota muy poco significativa sobre el total.

Un aspecto positivo es que el gasto turístico ha ido en aumento durante los últimos años, lo que implica que el impacto económico de este sector ha ido creciendo paulatinamente hasta alcanzar los niveles de la actualidad, lo cual repercute en toda la actividad económica y al dinamismo del país. Así pues, el gasto total declarado de los turistas extranjeros en su estancia en Catalunya fue de 8.723 millones en 2005, de 10.454 millones en 2010, de 15.705 millones en 2015 y de 21.325 millones en 2019, cifra que marca un récord histórico.



*Ilustración 12 – Gasto Declarado Total del Turismo Extranjero en Catalunya. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Idescat*

Cabe añadir que no existe una causalidad entre el aumento del gasto total de los turistas extranjeros con un incremento de los días de estancia, sino que el aumento en el gasto parece que tiene como consecuencia el aumento en el número de turistas y el aumento en el gasto diario de cada turista. En este sentido, mientras en 2005 cada turista extranjero gastaba una media de 79€ por día de estancia, en 2019 la media por día fue de 197€, lo que supone un incremento de más del doble en el valor absoluto del gasto.



*Ilustración 13 – Gasto Medio Total del Viaje de un Turista Extranjero en Catalunya. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Idescat*

Así pues, teniendo en cuenta los datos expuestos, observamos que tanto la evolución del número de visitantes extranjeros como el gasto medio total del viaje de los turistas extranjeros mantienen una tendencia claramente positiva. Siguiendo el estudio de Martínez (2014)<sup>20</sup>, el impacto económico del turismo se puede cuantificar de la siguiente manera:

Impacto económico del turismo = Número de visitantes \* Estancia media \* Gasto medio diario por visitante \* Multiplicador (multiplicadores relevantes en el caso de Catalunya)

*o bien*

Impacto económico del turismo = Número de visitantes \* Gasto medio total del viaje \* Multiplicador

<sup>20</sup> Informe en el que se analiza el impacto económico y social del turismo en la ciudad de Barcelona. Martínez, Esther (2014). Impacte econòmic de l'activitat turística a la ciutat de Barcelona. Informe 2012. Universitat de Girona.

Por lo tanto, el impacto del turismo extranjero sobre la economía catalana ha ido en aumento y es notablemente mayor en la actualidad en comparación con años atrás, ya que todos los factores presentan un incremento.

### **La industria en una economía enfocada al turismo y a los servicios**

Sin lugar a dudas, Catalunya ha experimentado un proceso de *terciarización*<sup>21</sup> de su actividad económica. Si bien desde la industrialización Catalunya se ha caracterizado por ser un territorio con un peso industrial destacable, el sector de los servicios ha ganado una gran importancia en la creación de valor económico, tal y como demuestra el incremento del impacto económico del turismo sobre el PIB de Catalunya, entre otros sectores terciarios. De hecho, en 2019, el sector de los servicios representó el 74% del PIB de Catalunya, mientras que la industria aportó el 19% del PIB catalán<sup>22</sup>, lo que demuestra una economía con un alto grado de terciarización.

A pesar de que en la actualidad la industria tiene una relevancia económica menor en las economías avanzadas en comparación con décadas atrás, se trata de un sector que sigue siendo uno de los motores económicos de Catalunya, y que la hace partícipe del comercio internacional y, a la vez, la integra en las cadenas de valores globales de productos. Es por ello que Catalunya debe apostar también por una industria competitiva e innovadora, y no eclipsarla mediante una expansión sin límites del turismo y del sector terciario en general, sino entender el sector secundario y el terciario como complementarios.

En las economías con un sector terciario predominante, los *manuservices*<sup>23</sup> representan un modo emergente de entender la industria, que sirven de enlace entre la industria y los servicios, potenciando así la creación de valor en el sector secundario

---

<sup>21</sup> Proceso de transformación económica y social que han experimentado las economías avanzadas desde la última fase de la revolución industrial, y que consiste en un aumento de la actividad del sector terciario en detrimento del sector secundario, que pasa a tener una contribución económica relativamente menor.

<sup>22</sup> Datos del Institut d'Estadística de Catalunya

<sup>23</sup> Del inglés, palabra compuesta por *manufacture* (fabricación) y *services* (servicios). Se refiere a aquellos negocios que engloban tanto la fabricación de productos como la provisión de servicios.

e integrándolo en una economía enfocada a los servicios. Así pues, los *manuservices* implican superar la visión de la industria de producción en masa, y apostar por una industria desarrollada que sitúe la provisión de soluciones y de experiencias en el centro, y en la que los servicios tengan un papel protagonista. En este sentido, Sissons (2011)<sup>24</sup> defiende que, en lugar de depender de la venta continua de productos, los fabricantes pueden construir relaciones a largo plazo con los clientes, en las que el valor provenga de un buen servicio y no de un bajo coste.

Se trata de una oportunidad que tienen las economías avanzadas y terciarizadas, entre ellas Catalunya, para reorientar su tejido industrial dotándolo de un nuevo enfoque hacia los servicios. El objetivo es que la industria manufacture productos que ofrezcan soluciones y experiencias a los consumidores, normalmente con un alto componente tecnológico e innovador y con un servicio post-ventas eficaz, y que aportarían un alto valor añadido.

---

<sup>24</sup> Si bien el artículo de Sissons publicado en *The Manufacturer* hace referencia a la industria del Reino Unido, sus conclusiones también son aplicables al resto de economías avanzadas. Sissons, Andrew (2011). *Why do manu-services matter?*

### **3. El Área Metropolitana de Barcelona como motor internacionalizador de Catalunya**

El proceso de globalización ha conllevado la reorganización geográfica de la influencia y del poder político a escala global, dando paso a la emergencia de las ciudades globales y las grandes áreas metropolitanas. Dichas urbes mantienen en la actualidad una gran relevancia en la configuración el orden mundial, ya que emergen como unidades políticas semi-soberanas, lideran el cambio tecnológico y suelen ser el epicentro del cambio social.

De hecho, es en las grandes metrópolis donde el proceso de globalización se encuentra más presente en sus distintos ámbitos. Se trata de aglomeraciones urbanas multiculturales y altamente dinámicas, conectadas con las demás ciudades globales mediante importantes infraestructuras. Además, representan un espacio donde la innovación, el proceso tecnológico y los cambios sociopolíticos convergen.

Dado el proceso de urbanización y la tendencia de la población de emigrar desde las zonas rurales a las urbes, las grandes ciudades irán creciendo en población y en influencia, por lo que acabarán disputando el poder político al Estado al que pertenecen. En este sentido, la tendencia es que los Estados acaben cediendo parte de su poder a las ciudades para que éstas puedan implementar sus propias políticas de gobernanza metropolitana, constituyendo asimismo entes e instituciones que representen el conjunto del área metropolitana, tal y como ocurre en el Greater London.

El núcleo urbano de Barcelona, junto a sus ciudades colindantes, constituye la quinta área metropolitana más poblada de la Unión Europea, sin ser capital de Estado. También conocida como la metrópolis del Mediterráneo, el Área Metropolitana de Barcelona ejerce una influencia destacable en el sur de Europa debido a sus infraestructuras que la conectan con el mundo y otras grandes ciudades mediante tierra, mar y aire.



### 3.1. Barcelona, la consolidación de una ciudad global

Como tantas otras ciudades en el mundo, en las últimas décadas Barcelona ha experimentado varios procesos sociales y económicos que la han llevado a ser un actor relevante en el mapa de ciudades globales actual. Los Juegos Olímpicos de 1992 pusieron la ciudad en el mapa, y desde entonces la urbe ha jugado en la liga de las principales ciudades del mundo mediante con claras aportaciones a la economía global.

Las ciudades globales no presentan un comportamiento económico y social homogéneo ni responden a un patrón común, sino que cada una de ellas aporta un valor añadido a la economía y a la sociedad global que difiere de las otras, ya sea en el ámbito de la innovación, de las finanzas, de la tecnología o de la cultura, entre otros. En este sentido, Fernández de Losada (2020)<sup>25</sup> destaca que las ciudades “hay ciudades que se muestran altamente competitivas en todos los ámbitos; son los pesos pesados, los gigantes globales tradicionales –Nueva York, Los Ángeles, Londres, París y Tokio– o las que emergen con dígitos imparables de crecimiento —Shanghái, Pekín, Hong Kong, Seúl o Singapur. Otras lo son en ámbitos concretos, como el conocimiento –Boston, San Francisco o Estocolmo—, o la manufactura. Pero la mayoría de las ciudades analizadas son pesos medios, moderadamente competitivas en ámbitos diversos. Barcelona es, en este sentido, un peso medio en la liga de las ciudades globales del mundo. Como lo son Ámsterdam, Berlín, Madrid, Toronto, Sídney o Viena.”

Las urbes actualmente se someten a numerosas formas de clasificación para analizar su papel de ciudad global, así como su relevancia e influencia en el mundo. Una de las clasificaciones más relevantes de las ciudades globales es la clasificación que lleva a cabo el Globalization and World Cities Study Group and Network de la Universidad de Loughborough. Su estudio se basa en medir la conectividad de las ciudades para clasificarlas según su nivel de integración en la red mundial de ciudades, y cuyos niveles son los siguientes:

- **Ciudades Alpha ++**

---

<sup>25</sup> Fernández de Losada, Agustí (2020). *Ciudad global en tiempos de incertidumbre*. El món de demà.

Es el caso de Londres y Nueva York, que destacan por su gran integración en la red de ciudades globales.

- **Ciudades Alpha +**

Son ciudades altamente integradas que complementan Londres y Nueva York, y que en gran medida satisfacen las necesidades de servicios avanzados para la región de Asia-Pacífico.

- **Ciudades Alpha y Alpha -**

Ciudades mundiales muy importantes que vinculan regiones o Estados económicamente dinámicos con la economía mundial.

- **Ciudades Beta**

Ciudades mundiales importantes que representan un instrumento para vincular la región o estado al que pertenecen con la economía mundial.

- **Ciudades Gamma**

Ciudades mundiales que unen regiones o estados más pequeños con la economía mundial, o ciudades mundiales importantes no especializadas en la provisión de servicios avanzados.

- **Ciudades con suficiencia de servicios**

No son ciudades globales como tal, pero tienen los servicios suficientes para no depender de las ciudades globales. Se pueden clasificar en dos tipos de ciudades: las ciudades capitales más pequeñas o centros tradicionales de regiones manufactureras.



Ilustración 14 – La conectividad de las ciudades globales, 2010. Fuente: GaWC

Siguiendo la clasificación de ciudades globales llevada a cabo por GaWC<sup>26</sup> en el año 2018, se otorga a Barcelona el papel de ciudad Alpha -, con lo cual se destaca el papel que tiene la ciudad de Barcelona en la integración de Catalunya, considerada pues una región dinámica, en la red económica mundial. Sin lugar a dudas, la capital catalana ha ido ganando influencia global en las últimas décadas, y hoy es una de los principales centros urbanos a nivel global. De hecho, recientemente el *Global Cities Report* del 2019 elaborado por la consultoría *Kearney*, situaba Barcelona en la vigesimotercera posición en el índice de ciudades globales. Dicho índice muestra aquellas metrópolis con más potencial de crecimiento y de transformación urbana, es decir, aquellas ciudades que tienen la capacidad de mejorar su competitividad y mantener su influencia a nivel mundial en los ámbitos de la innovación, la transparencia o el intercambio de información, entre otros.

Así pues, a pesar que Barcelona no es uno de los pesos pesados en la liga de las grandes ciudades globales, la urbe mantiene una competitividad destacable en varios ámbitos a nivel global. La capital catalana destaca especialmente por ser uno de los principales destinos turísticos a nivel europeo y mundial, ya que atrae a millones de turistas cada año que provienen de todos los continentes, si bien se mantiene una fuerte presencia de turismo europeo. Además, el atractivo de la ciudad hace que sea altamente deseada para acoger las grandes ferias y congresos internacionales, por lo que Barcelona se ha convertido, a día de hoy, en una ciudad de congresos por excelencia a nivel mundial, con la celebración del Mobile World Congress como máximo exponente de ello. Del mismo modo, la ciudad ha desarrollado uno de los ecosistemas de innovación y de startups más dinámicos de Europa, por lo que existe una importante atracción de proyectos con un fuerte componente innovador. Asimismo, la ciudad se ha convertido en un *benchmark* internacional en otros ámbitos y sectores tales como el diseño, el deporte, la ciencia, la tecnología o las *smart cities*.

El hecho de que Barcelona esté tan bien posicionada en el sector del turismo, en la captación de congresos internacionales, en la investigación, en la creatividad o la innovación tiene un impacto muy positivo para la economía local y regional, ya que

---

<sup>26</sup> Abreviación de *Globalization and World Cities Research Network*, de la Universidad de Loughborough, en Leicestershire, Reino Unido.

tiene un efecto dinamizador no solo sobre dichos sectores sino también en otros ámbitos de la actividad económica, genera puestos de trabajo cualificados y no cualificados, impulsa la aparición de nuevas oportunidades de negocio y la creación de nuevas empresas, se atrae talento internacional y se incentivan las inversiones extranjeras.

### 3.2. La proyección internacional de la marca Barcelona

El *city branding* es un término que se encuentra bajo el paraguas del *place branding*, y se refiere al proceso de comunicación, normalmente llevado a cabo por las administraciones locales, de una serie de atributos asociados a una ciudad hacia un público considerado objetivo. Por lo tanto, se trata de una adaptación del marketing que va más allá de los bienes comerciales y los servicios, aplicándolo así a lugares geográficos en concreto, lo cual permite dotarlos de una identidad propia.

En el contexto de globalización actual, y teniendo en cuenta que las ciudades, regiones y países compiten entre ellos por la atracción de capital, de talento, eventos y recursos, el *city branding* emerge como un componente que permite a las ciudades comunicar una imagen y una identidad diferenciada de las demás, haciendo hincapié en sus infraestructuras turísticas, la calidad de vida, la oferta de servicios, el ecosistema de negocios, la diversidad, el estilo de vida, el clima o la oferta cultural, entre otros; por lo tanto, el *city branding* permite crear una marca para la ciudad, que se extiende a todas sus interacciones a nivel urbano, y convierte a las ciudades en sitios donde ciudadanos de a nivel global querrían visitar, trabajar o vivir. Tal y como señala Stinga (2019)<sup>27</sup> "el *city branding* tiene dos tipos de utilidades, mejorar la imagen externa y por tanto atraer (visitantes, inversiones, emprendeduría) y mejorar la imagen interna creando coherencia y cohesión en la marca ciudad de cara al ciudadano de a pie."

Barcelona representa hoy una de las marcas de ciudad mejor posicionadas del mundo y se sitúa en los principales rankings mundiales de reconocimiento de marca. A pesar

---

<sup>27</sup> Stinga, Carina (2019). *City Branding, la ciudad como objeto de deseo*. Brandemia.

de la existencia de numerosas críticas que indican que las administraciones locales, especialmente el Ayuntamiento de Barcelona, han convertido la ciudad en una marca, cabe añadir que las políticas de *city branding* han impulsado el desarrollo de proyectos urbanísticos que, con el fin de aproximar la ciudad a su imagen de marca definida, han comportado progreso económico y social para la ciudad. Los Juegos Olímpicos celebrados en el año 1992 marcaron el comienzo de la proyección internacional de la marca Barcelona, que posteriormente la ciudad pudo rentabilizar debido a la imagen positiva que se proyectó al mundo, y que se caracteriza por unos atributos que definen la ciudad como creativa, tolerante, moderna, cosmopolita, dinámica, innovadora, joven y abierta al mundo.



Ilustración 15 – Primer cartel publicado por la Oficina Olímpica, 1983. Fuente: Monográfica.org

El *city branding* en la ciudad de Barcelona no ha comportado solamente el diseño de logos, eslóganes o campañas publicitarias, sino que ha tenido un impacto mucho mayor en el diseño e implementación de las políticas municipales. Esto es debido al hecho que la marca que una ciudad desea transmitir ha de ser tangible tanto entre los habitantes de la ciudad como en su proyección exterior; por ello, Sutton (2013)<sup>28</sup> explica que "para que la marca sea efectiva, no tiene que ser solo presentación, tiene que haber algo sustantivo que el visitante, el inversor, el hombre de negocios, el residente o quienquiera que sea el objetivo, experimente directa o indirectamente en

---

<sup>28</sup> Sutton, Oliver (2013). *Barcelona y el city branding. La ciudad como una corporación*. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales. Vol. XVIII, nº 1049(17). Universitat de Barcelona.

la ciudad. Si no es así, parecerá que la marca es un engaño y, por ende, perderá credibilidad". Así pues, y siguiendo la lógica de la tangibilidad de la marca, el Ayuntamiento de Barcelona, actuando como ente gubernamental municipal, ha acompañado la construcción de la marca de la ciudad con el desarrollo y transformación urbanística de Barcelona para hacer tangibles los atributos de la marca, por lo que la imagen de marca se ha tenido en cuenta en la toma de decisiones en varios ámbitos de actuación municipal, como por ejemplo en las ordenanzas ciudadanas, en la remodelación de espacios públicos, en la atracción de grandes eventos, o en las políticas urbanas, entre otros.

Para desarrollar los diferentes atributos de la marca Barcelona, el Ayuntamiento ha llevado a cabo numerosos proyectos de transformación urbanística para lograr la tangibilidad de sus atributos. Por ejemplo, la ciudad ha desarrollado su atributo de creatividad mediante el fomento de la creación de espacios de ocio dedicados a la cultura, así como la atracción de grandes eventos culturales, principalmente relacionados con los grandes festivales, potenciando también su espíritu joven y moderno. Otro claro ejemplo del desarrollo del atributo de ciudad innovadora, dinámica y tecnológica, ha sido la creación del distrito 22@ en el Poblenou, caracterizado por una aglomeración de empresas basadas en la economía del conocimiento, y que concentra la mayor parte de empresas tecnológicas y startups del ecosistema barcelonés; en este sentido, Sutton (2013) señala que " si el objetivo son potenciales inversores, se crearán espacios para proyectar una imagen de ciudad innovadora, orientada al diseño y, evidentemente, donde se puedan hacer negocios. El 22@ es un ejemplo claro, aunque, desde el punto de vista del simbolismo urbano, la remodelación de la plaza de Les Glòries también podrá tener un impacto igualmente decisivo sobre el simbolismo de la ciudad, acogiendo una serie de infraestructuras basadas en la economía del conocimiento en un nuevo centro de la ciudad, cuya renovación está prevista en un futuro próximo".

Hoy en día la marca Barcelona es un gran foco de atracción para los inversores, el talento y los grandes eventos internacionales, entre otros. Por lo tanto, la marca de la ciudad se ha convertido en un factor de creación de valor para el conjunto del área metropolitana, la cual debe aprovechar la proyección internacional actual de la marca

para contribuir al progreso socioeconómico de la urbe e impulsar su transformación y su crecimiento, así como consolidar como una de las ciudades más admiradas, respetadas y competitivas del mundo.

### **3.3. El papel de las infraestructuras en el proceso de internacionalización del Área Metropolitana de Barcelona**

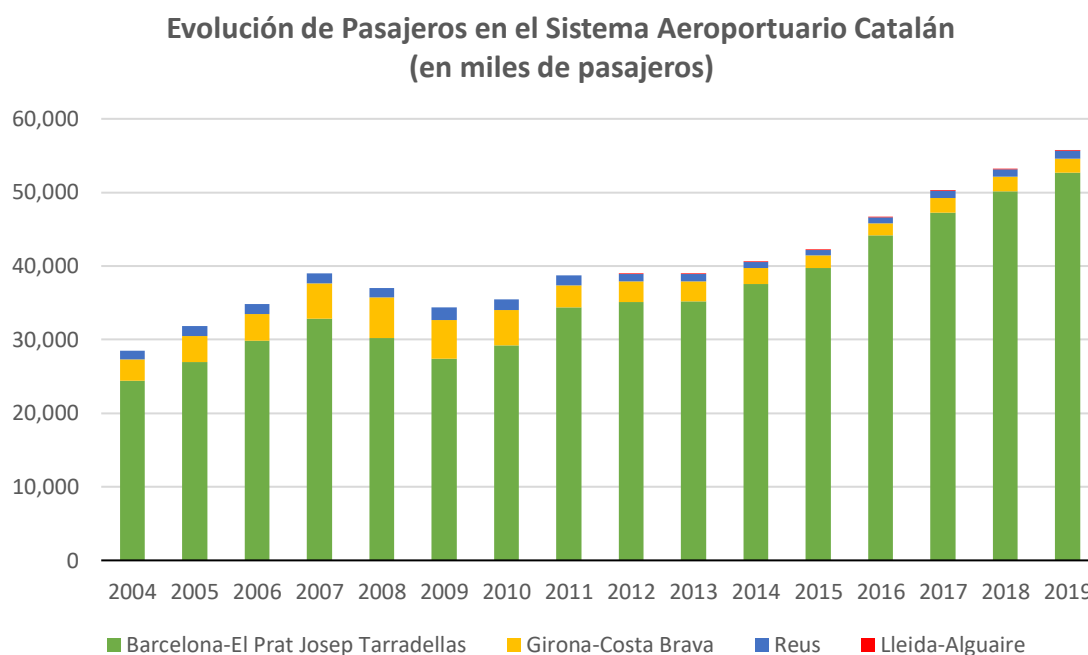
Entre los factores de mayor peso que han posibilitado el proceso de globalización se encuentran el desarrollo tecnológico y la construcción de grandes infraestructuras urbanas e interurbanas. El desarrollo del territorio y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación han dado un fuerte impulso a la globalización económica, ya que ha permitido recortar las distancias de viaje entre países, mejorar la conectividad entre las grandes ciudades del mundo y las zonas más económicamente dinámicas, así como hacer posible el comercio internacional y el transporte de mercancías y de personas a grandes distancias. Del mismo modo, las tecnologías de la información y de la comunicación han posibilitado el flujo de datos de forma instantánea superando así las barreras geográficas.

El desarrollo de las infraestructuras físicas, pero también digitales, constituye pues, una pieza clave para los Estados con el fin de mejorar su competitividad, eficiencia y conectividad con el resto del mundo; por ello, en el sistema económico global actual resulta esencial para las economías tejer un territorio vertebrado mediante una red de carreteras, trenes, puertos y aeropuertos, para facilitar así el movimiento de personas, productos y servicios no solo a escala local, sino también regional e internacional. En este ámbito Catalunya destaca por estar conectada con las demás economías del entorno mediante vía terrestre, portuaria y aérea. Al tratarse de una economía altamente internacionalizada, el tejido empresarial catalán necesita una alta conectividad con el exterior con el fin de integrarse en las cadenas globales de valor y hacer posible la movilidad de personas, de productos y de capitales.

Las infraestructuras más relevantes en lo que concierne la actividad económica del Área Metropolitana de Barcelona y su conectividad con el resto del mundo son el

Aeropuerto de Barcelona - El Prat Josep Tarradellas, el Port de Barcelona, la línea férrea de alta velocidad que conecta con la frontera francesa y la Autopista del Mediterráneo, entre otras.

Los aeropuertos son la principal puerta de entrada a Catalunya de los visitantes y turistas extranjeros, por lo que constituyen unas infraestructuras esenciales en lo que se refiere a la conectividad con el exterior. El aeropuerto de Barcelona cubre, en la actualidad, 194 destinos con una conexión de vuelo directa. En 2019 el aeropuerto de Barcelona – El Prat registró más de 52 millones de pasajeros, con un incremento del 5% respecto al año precedente, y rozó las 350.000 operaciones<sup>29</sup>. A parte del aeropuerto de Barcelona, en el territorio catalán también operan de forma comercial el Aeropuerto de Girona - Costa Brava, el Aeropuerto de Reus y el Aeropuerto de Lleida - Alguair, aunque con un tráfico de pasajeros considerablemente menor.



*Ilustración 16 – Evolución de los pasajeros en el sistema aeroportuario catalán. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Idescat*

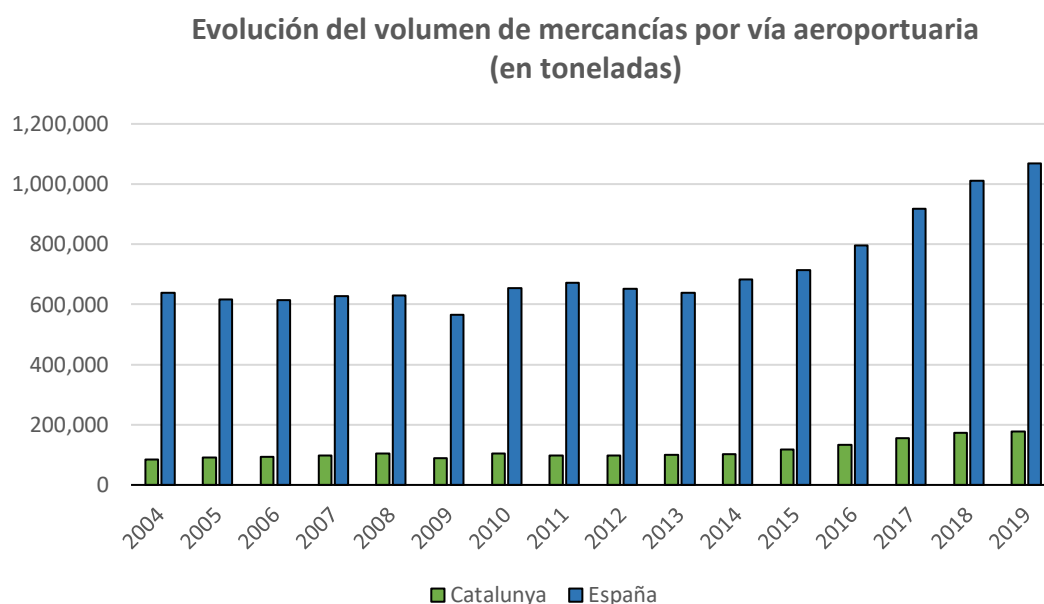
En lo relativo a la evolución del tráfico de pasajeros del sistema de aeropuertos catalán, observamos una tendencia positiva a lo largo de los últimos años, si bien durante los años más intensos de la crisis financiera del 2008 se experimentó un decrecimiento substancial en el número de pasajeros. No obstante, a partir del 2010,

<sup>29</sup> Datos oficiales de AENA.



un año después de que el Aeropuerto de Barcelona-El Prat estrenara su la terminal T1 y experimentara un aumento de capacidad, es cuando la tendencia vuelve a ser positiva y con grandes incrementos año tras año, hasta alcanzar el récord histórico en 2019. El aeropuerto de Barcelona-El Prat Josep Tarradellas es el líder indiscutible en número de pasajeros del conjunto de aeropuertos catalanes, mientras que los otros tres aeropuertos son residuales, a pesar que el Aeropuerto de Girona-Costa Brava llegó a representar una cuota notable sobre el total antes y durante la crisis financiera, aunque en la actualidad su número de pasajeros se ha visto reducido de forma considerable. Todo apunta a que el aeropuerto de Girona recuperará en un futuro un número considerable de viajeros, ya que se conectará con la capital catalana en tren, convirtiéndose en la cuarta pista del aeropuerto de Barcelona, que se encuentra prácticamente al límite de su capacidad.

Cabe añadir que, en 2019, el número de pasajeros de vuelos internacionales creció un 5,4% en El Prat, con más de 38 millones de usuarios, mientras que los pasajeros nacionales crecieron un 4,2%, con 14 millones de usuarios<sup>30</sup>; por ello, se puede afirmar que el Aeropuerto de Barcelona está altamente internacionalizado y que la cuota de pasajeros internacionales crece a mayor ritmo que los pasajeros de ámbito nacional.

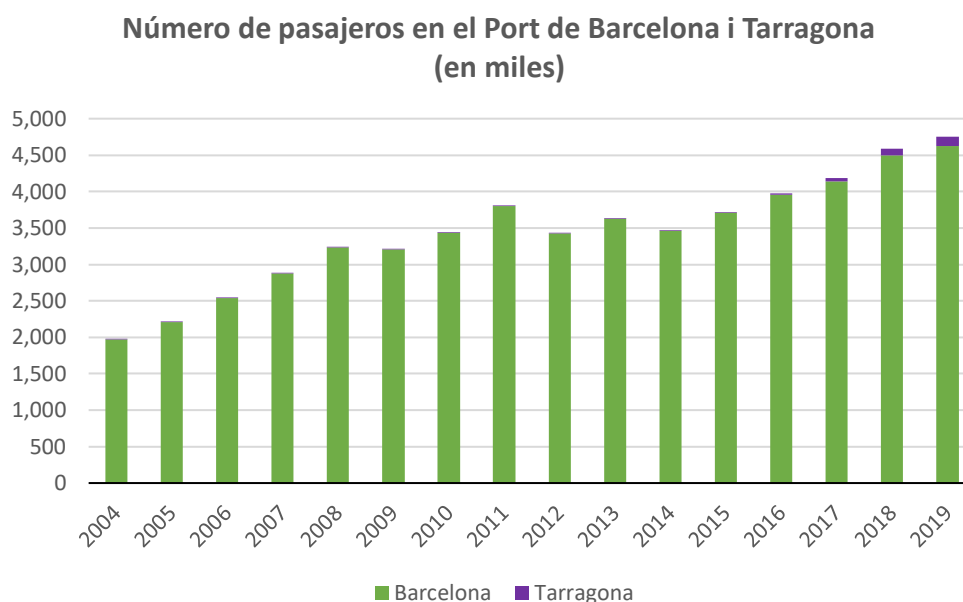


*Ilustración 17– Evolución del volumen de mercancías por vía aeroportuaria (en toneladas). Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Idescat*

<sup>30</sup> Datos oficiales de AENA, extraídos de <http://www.aena.es/es/corporativa/aeropuerto-josep-tarradellas-barcelona-el-prat-registra-526-millones---pasajeros-en-2019.html?p=1237548067436>

En relación al tráfico de mercancías del sistema aeroportuario, la evolución catalana y española es similar. Dentro del período de estudio, se mantienen unos niveles parecidos hasta 2013, cuando empieza un incremento substancial en el volumen de toneladas. El nivel de toneladas de Catalunya respecto el total de España resulta poco relevante, principalmente debido al hecho de que la mayor parte de mercancías entran por el sistema portuario.

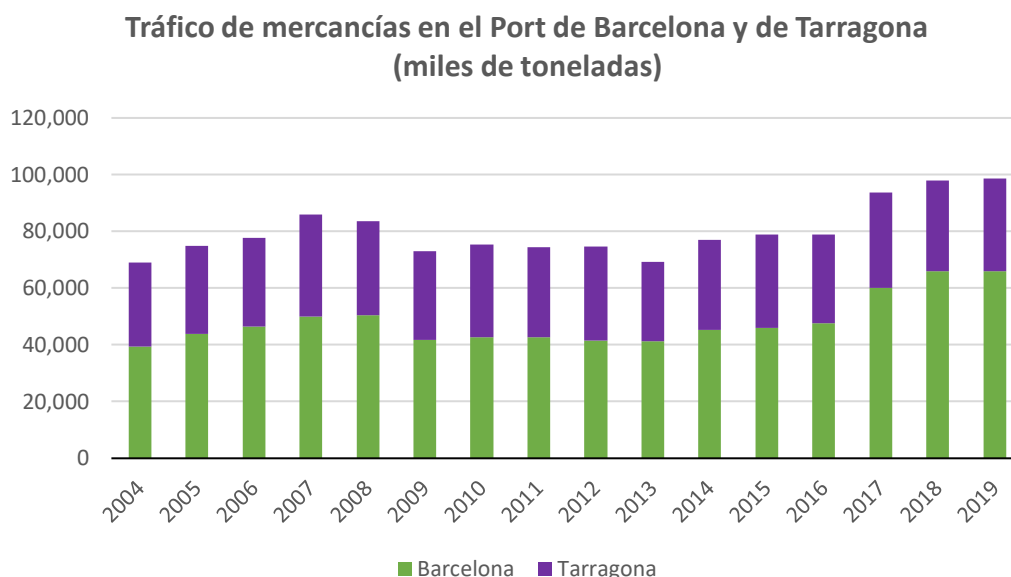
El Port de Barcelona es otra de las infraestructuras clave del Área Metropolitana de Barcelona, ya que es la puerta de entrada a la ciudad para numerosas personas, especialmente en el sector de los cruceros, y constituye además un enclave logístico esencial para Catalunya, ya que dota a las empresas de una gran apertura comercial hacia el exterior y permite el intercambio de bienes con el resto mundo, beneficiando a regiones que van más allá de la región metropolitana y de Catalunya. Fuera del AMB, el Port de Tarragona es otra infraestructura marítima clave para el conjunto de Catalunya, que da un servicio logístico especialmente para el sector químico y el automovilístico.



*Ilustración 18— Evolución del número de pasajeros en el Port de Barcelona i de Tarragona (en miles). Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Idescat*

La evolución en el número de pasajeros en el sistema portuario catalán resulta difiere ligeramente de la del sistema aeroportuario. En este sentido, el crecimiento se sufrió

una leve caída en el número de pasajeros a partir del año 2011, aunque el crecimiento volvió a acentuarse a partir del año 2015, alcanzando en 2019 el récord histórico. Si bien el Port de Tarragona es residual en el número de pasajeros total, en los dos últimos años ha ganado.



*Ilustración 19— Evolución del tráfico de mercancías en el Port de Barcelona y de Tarragona (miles de toneladas).  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Idescat*

En lo que concierne el tráfico de mercancías en el sistema portuario, se observa claramente como el Port de Tarragona mantiene un peso importante fuera del Área Metropolitana de Barcelona, a pesar de que el Port de Barcelona es líder en el tráfico de toneladas; por ello, se trata de dos puertos que logísticamente se complementan entre sí. Cabe destacar el hecho que durante el período de crisis financiera el tráfico de mercancías se mantuvo en niveles inferiores a los alcanzados en 2007, y que a partir de 2017 volvió a crecer de forma notable, alcanzando en 2019 el récord histórico.

### **3.4 Análisis DAFO del Área Metropolitana de Barcelona a nivel internacional**

El Área Metropolitana de Barcelona, como todas las demás aglomeraciones urbanas, presenta un seguido de características que la hacen destacar sobre las demás, y otros puntos menos fuertes en los que la ciudad no destaca y sobre los que necesita

mejorar. Del mismo modo, existen una serie de amenazas que pesan sobre la ciudad y a las que se debe hacer frente, así como también oportunidades que se tienen que aprovechar y explotar para promover el impulso de la urbe.

<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de integración y de estrategia común entre los municipios del AMB.</li> <li>• Barcelona no es capital de Estado.</li> <li>• Baja inversión pública en infraestructuras y equipamientos.</li> <li>• Alta dependencia del sector turístico.</li> <li>• Alta contaminación atmosférica.</li> <li>• Desempleo, corrupción, deuda pública, precariedad laboral.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta conectividad internacional multimodal (tren, puerto, aeropuerto, carretera).</li> <li>• <i>Hub</i> turístico de primer nivel mundial.</li> <li>• Alta integración en las cadenas de valor globales.</li> <li>• Sector de la exportación robusto.</li> <li>• Ecosistema de innovación y de startups desarrollado.</li> <li>• Gran potencial de marca.</li> <li>• Alto atractivo territorial: naturaleza, gastronomía, clima, cultura, cosmopolitismo...</li> <li>• Buena localización geográfica.</li> <li>• Pertenece a la Unión Europea.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio climático y aumento del nivel del mar.</li> <li>• Alta competitividad entre las ciudades globales.</li> <li>• Inestabilidad política.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenciar el turismo en otras localidades del AMB.</li> <li>• Consolidarse como ciudad de eventos internacionales.</li> <li>• Consolidarse como líder europeo en innovación y ciencia.</li> <li>• Convertirse en <i>hub</i> aeroportuario y logístico del sur de Europa.</li> <li>• Atracción de turismo extranjero de rendas altas.</li> </ul>

*Ilustración 20 – Análisis DAFO del AMB a nivel internacional*

## **4. Políticas para una Catalunya conectada al mundo**

### **4.1. Políticas para el impulso del comercio exterior y la atracción de IED**

La competitividad de las economías en el sector exterior es un ámbito estratégico, que a menudo cuenta con un importante respaldo del sector público en este ámbito, el cual implementa políticas públicas pensadas para impulsar la apertura socioeconómica hacia el exterior. El impulso de la internacionalización económica contribuye de forma positiva al desarrollo y al crecimiento de los países, ya que tiene la capacidad de crear empleo, de mejorar la competitividad, y de generar riqueza y prosperidad para la sociedad.

Las instituciones publicas catalanas deben situar la internacionalización de la economía como uno de los ejes económicos estratégicos. Así pues, los objetivos principales para desarrollar, a grandes rasgos, deberían ser el fomento de la propensión a exportar de las empresas y un aumento de los ratios de exportación en aquellas empresas que ya venden sus productos o ofrecen sus servicios al exterior, promover la diversificación de los mercados de exportación y de inversión hacia aquellos mercados donde existen oportunidades económicas pero la presencia de empresas catalanas es menor, fomentar la fabricación y exportación de productos de un mayor valor añadido y, por último, mejorar el atractivo de Catalunya para la atracción de inversión extranjera directa.

Las instituciones públicas deben apoyar activamente la internacionalización de las empresas, adaptándose a las necesidades de cada sector; para conseguirlo, es necesario entender las características de todos los sectores económicos para proceder a la elaboración de programas de apoyo que permitan a las empresas internacionalizarse con más facilidad. La innovación resulta un activo estratégico y altamente competitivo, por lo que es esencial que las administraciones públicas apoyen a aquellas empresas que impulsen proyectos potencialmente exitosos relacionados con el ámbito de la tecnología y de la transformación digital, y dotarlos de proyección internacional. Otro punto clave para la internacionalización efectiva de un país es el capital humano, por lo cual es esencial el fomento de la

internacionalización entre la población para dotarla de las herramientas necesarias para impulsar la apertura exterior del país; de igual manera, es imprescindible la captación de talento internacional para desarrollar un ecosistema humano multicultural, competitivo y formado, especialmente en las áreas de la innovación económica y las nuevas tecnologías. Asimismo, es necesario aumentar la presencia de Catalunya en el exterior para dotarla de voz propia, y aprovechar la presencia del Estado y de la Unión Europea en los organismos internacionales para impulsar su proyección exterior y cerrar acuerdos comerciales beneficiosos para la internacionalización de las empresas catalanas. Por último, las instituciones públicas deben fomentar la atracción de inversión extranjera y la implantación de las multinacionales en el territorio, potenciando especialmente aquellas inversiones que implican un alto valor añadido para la economía por el tipo de actividad que desempeñan; para ello, es necesario promocionar la imagen de Catalunya al exterior y ofrecer a los inversores un clima económico, tributario y social adecuado para el desarrollo de sus negocios.

#### **4.2. La integración del Área Metropolitana de Barcelona**

Las grandes urbes del mundo están, en su mayoría, caracterizadas por haber sido capaces de formar entes supramunicipales con poderes políticos y con un modelo de gobernanza propio. La complejidad de las grandes metrópolis del mundo y su competitividad entre ellas, hacen cada vez más necesario la constitución de una gobernanza metropolitana con el fin de proyectar y entender la urbe no solamente como un municipio, sino más allá de sus límites geográficos y con la integración de los otros municipios limítrofes. Este es el caso del *Greater London*<sup>31</sup> (*Gran Londres*), concebido prácticamente como un Estado dentro de otro Estado, y que dotó al área urbana de un alcalde metropolitano y de una asamblea supramunicipal, la cual ha resultado un modelo de gobernanza metropolitana eficiente y equilibrada. El modelo de Londres ha resultado ser altamente efectivo para unir los esfuerzos del conjunto de

---

<sup>31</sup> El Gran Londres es una de las nueve áreas administrativas de Inglaterra. La zona administrativa del Gran Londres se creó de forma oficial en el año 1965, y cubre el municipio de Londres y los 32 municipios del Gran Londres.

municipios de la región urbana, para avanzar hacia una estrategia supramunicipal y para competir con otras regiones metropolitanas a nivel global.

El Área Metropolitana de Barcelona se caracteriza por haber sido reacia a impulsar su condición metropolitana, y en la actualidad es un conglomerado de urbes geográficamente conexas entre sí, pero políticamente fragmentadas, ya que cada municipio es gobernado por su propio Ayuntamiento, cuyas políticas no se implementan en clave metropolitana sino municipal. Juan (2019)<sup>32</sup> indica que el potencial del Área Metropolitana de Barcelona es enorme, pero está dormido porque le falta lo más importante, que es el poder real para ejecutarlo. Si bien el municipio de Barcelona tiene la capacidad de ejercer influencia política y económica sobre las demás urbes de su alrededor, es necesario dotar de nuevas formas de gobierno al Área Metropolitana de Barcelona que permitan un liderazgo efectivo en toda su área de influencia. Por ello, tal y como señala Pérez (2019)<sup>33</sup>, la integración de los municipios de la corona metropolitana es imperfecta, ya que no está organizada por ningún ente rector de carácter político o económico que analice desde el punto de vista regional sus necesidades y objetivos, y en consecuencia, planifique sus inversiones y los programas necesarios para abordarlos. Barcelona continúa siendo a día de hoy uno de las principales zonas con alta densidad industrial de la Unión Europea y opera en los grandes sectores globales, pero a pesar de ello no cuenta con los mecanismos de planificación a la altura de sus necesidades y potencialidades, cuya ausencia a menudo es un lastre para el desarrollo económico, desde el punto de vista de la administración pública, la Fira, el Port, el aeropuerto, las universidades o las zonas industriales.

---

<sup>32</sup> Juan, Jordi. Un potencial adormit. Barcelona+Metropolitana. Suplemento de La Vanguardia del 30 de marzo de 2019.

<sup>33</sup> Pérez, Manel. L'eix del creixement. Barcelona+Metropolitana. Suplemento de La Vanguardia del 30 de marzo de 2019.

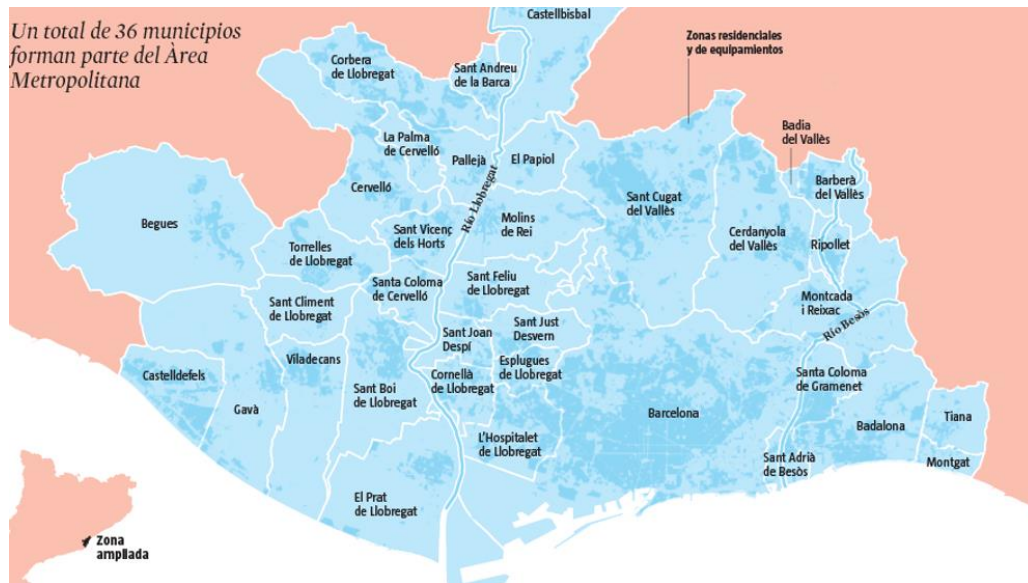


Ilustración 21 – Mapa de los 36 municipios que integran el Área Metropolitana de Barcelona en la actualidad.  
Fuente: La Vanguardia

La construcción de un área metropolitana sólida permitiría ampliar los horizontes geográficos de la ciudad de Barcelona, ahora estancada entre el mar y la montaña, y aumentar considerablemente su población, de 1,6 a 3,2 millones de habitantes. Al mismo tiempo, las demás urbes del área metropolitana se beneficiarían de su integración en la metrópolis e interactuarían con más asiduidad con el mundo global gracias a la nueva dimensión metropolitana. En este sentido, García (2019)<sup>34</sup> destaca que las fronteras municipales no deben erigirse como barreras para la movilidad física, tecnológica o cultural como pasa en la actualidad, ya que las localidades metropolitanas tienen retos compartidos, como la lucha contra las desigualdades, la gestión de la movilidad i de los residuos, la adaptación tecnológica, entre otros, las cuales deben afrontarse de forma común.

El objetivo principal de la construcción de un Área Metropolitana de Barcelona sería dotarla de poderes políticos, no con el objetivo de diluir a los municipios de la corona metropolitana bajo la influencia de Barcelona, sino para avanzar en una misma dirección en las políticas de promoción económica, cultura, turismo, infraestructuras, transporte o vivienda. Tal y como señala Corbella (2019)<sup>35</sup>, para cualquier persona que llega de, por ejemplo, Nueva York o Singapur, El Prat es Barcelona; si visita el

<sup>34</sup> García, Lola. Falta un líder metropolità. Barcelona+Metropolitana. Suplemento de La Vanguardia del 30 de marzo de 2019.

<sup>35</sup> Corbella Josep. Pròxim repte, capital científica. Barcelona+Metropolitana. Suplemento de La Vanguardia del 30 de marzo de 2019.



sincrotrón Alba, le parecerá que Cerdanyola del Vallès también es Barcelona, y si visita la Universitat Autònoma de Barcelona el mismo nombre de la institución le confirmará que no ha salido de Barcelona. Al fin y al cabo, se trata de crear una mentalidad y una identidad metropolitana que supere las fronteras físicas de los municipios. Cardellach (2019)<sup>36</sup> resume que Barcelona necesita una estrategia que frene la regresión que sufre i que devuelva a la ciudad su dimensión metropolitana, inmersa en la red nodal de ciudades globales en la cual se definan las líneas de progreso y se impulse el crecimiento. Es así mismo necesario definir esta estrategia como un proyecto de país que al desarrollarse empuja, no solo el territorio del Área Metropolitana de Barcelona en su dimensión actual, sino también toda Catalunya.

Así pues, se hace necesario reconvertir Barcelona y los municipios del Área Metropolitana en un espacio vertebrado estratégico, de funciones concretas y de servicios especializados, donde las instituciones, el sector privado y el conjunto de la ciudadanía tengan la mirada puesta en una misma dirección, situando el Área de Barcelona en el mapa de las metrópolis globales y proyectándola como un área privilegiada para las oportunidades económicas, para el talento, y para el desarrollo de ideas, de cultura y de arte, entre otros.

### **4.3. La especialización económica**

La llegada de la globalización provocó un impulso del comercio internacional, el cual hasta el momento estaba poco desarrollado; en este sentido, las tecnologías del transporte y de la comunicación, así como la desaparición de las barreras del comercio propiciaron el intercambio de bienes y servicios a escala internacional, así como la especialización económica de los países.

La especialización económica de un país permite aprovechar las ventajas comparativas que posee en comparación con los demás países, y al mismo tiempo que permite sacar partido a las economías de escala, y por lo tanto disminuir los costes de producción. Por tanto, la ventaja comparativa de los países deriva en su especialización económica,

---

<sup>36</sup> Cardellach, José María. Barcelona té poder. Barcelona+Metropolitana. Suplemento de La Vanguardia del 30 de marzo de 2019.

la cual conlleva también el desarrollo de infraestructuras y inversiones que sirven de apoyo para aquellos sectores en los cuales la economía se ha especializado, contribuyendo así a su competitividad. A pesar del aumento de la especialización económica que ha conllevado la globalización, Alcalá *et al.* (2012)<sup>37</sup> señalan que el grado de diversificación de las economías avanzadas suele ser superior que el de las economías emergentes o en vías de desarrollo; por ello, las economías avanzadas tienen una mayor capacidad de adaptación a las tendencias del comercio mundial a la hora de proporcionar nuevos productos o servicios.

En lo que concierne el comercio exterior catalán destacan especialmente las exportaciones de vehículos automóviles y componentes, las materias plásticas y los productos químicos, mientras que en la rama de las importaciones destacan también los vehículos automóviles, así como las máquinas y aparatos mecánicos y eléctricos<sup>38</sup>. Además, los sectores en los que existe más potencial de internacionalización para las empresas catalanas son, según un estudio de ACCIÓ<sup>39</sup>, la industria 4.0 y la impresión 3D, las tecnologías TIC y la transformación digital, la alimentación y los productos gourmet, la automoción y el motor, y la industria farmacéutica.

Es imprescindible potenciar aquellos sectores en los que la economía catalana posee una ventaja comparativa. En este sentido, se debe potenciar la industria química y automovilística, así como la transformación del sector secundario hacia la industria 4.0, que permitirá mejoras en la eficiencia y la productividad. Al mismo, las instituciones públicas deben apoyar la consolidación de un ecosistema innovador, que en la actualidad se encuentra especialmente desarrollado en el distrito del 22@ de Barcelona, asegurando así la creación e implantación de empresas relacionadas con la transformación digital y la tecnología TIC.

---

<sup>37</sup> Alcalá, et al. (2012). *Patrones recientes de comercio y especialización internacional*. Fundación BBVA.

<sup>38</sup> *Trets de l'economia catalana* (2018). Generalitat de Catalunya. Departament de la Vicepresidència i d'Economia i Hisenda.

<sup>39</sup> *Mapa global d'oportunitats de negoci internacionals* (2019). Unitat d'Estratègia i Intel·ligència Competitiva. ACCIÓ. Generalitat de Catalunya.

#### 4.4. La conectividad exterior

La conectividad resulta uno de los pilares esenciales de los países y de las ciudades para mantener sus relaciones exteriores, el comercio internacional y el movimiento transfronterizo de personas. Las economías y ciudades altamente conectadas con otras regiones, países y urbes son, en consecuencia, más dinámicas que las demás ya que la conectividad es un factor facilitador para el flujo de inversión extranjera, la atracción de talento humano, la atracción de importantes eventos a escala mundial y el flujo de bienes y servicios, entre otros.

En este sentido, el Índice de Conectividad Global de 2018<sup>40</sup> concluía que los Países Bajos son el país del mundo con un mayor grado de conectividad global, seguido de Singapur y Suiza. España asciende respecto a la anterior edición y se coloca en el puesto 21. Además, el estudio remarca que ocho de los diez países del mundo con un mayor grado de globalización son europeos.

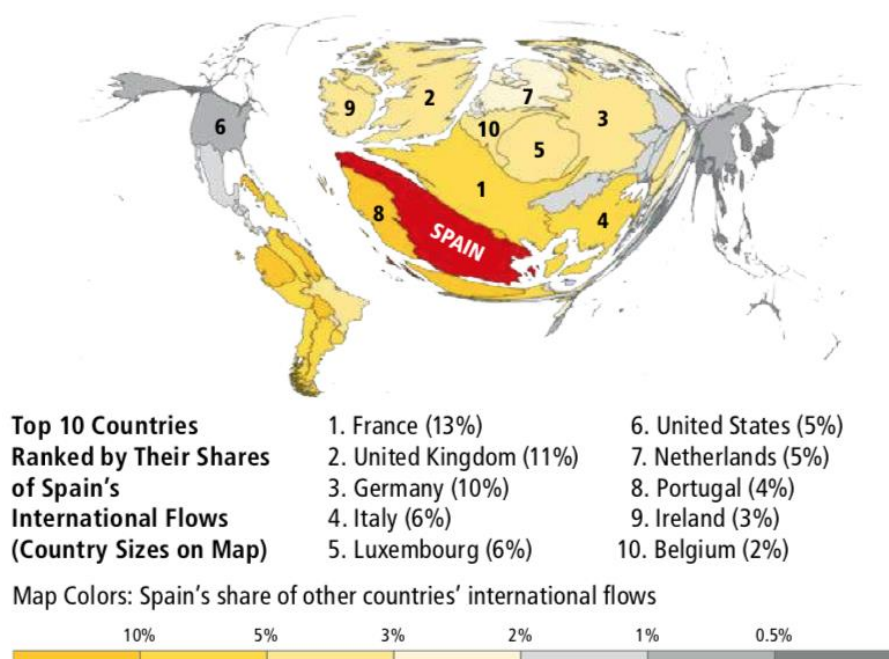


Ilustración 22 – Las conexiones globales de España Fuente: Global Connectedness Index

Este mismo estudio señala que España y, en consecuencia, Catalunya, tienen una alta conectividad con el continente europeo debido a factores como la proximidad

<sup>40</sup> Altman, et al. DHL Global Connectedness Index. The State of Globalization in a Fragile World. NYU Stern School of Business. IESE Business School.

geográfica y a su estrecha relación política y comercial, los cuales hacen que los flujos internacionales entre estos países se intensifiquen, destacando especialmente la conectividad con Francia, el Reino Unido y Alemania. Sin embargo, la conexión con otras regiones del globo resulta bastante menor, a pesar que Estados Unidos y América Latina destacan a nivel intercontinental.

Catalunya mantiene unas buenas conexiones internacionales, aunque se hace necesario un aumento de sus conexiones intercontinentales en el ámbito aeroportuario. El reto del aeropuerto de Barcelona – El Prat debe ser convertirse, a medio plazo, en un hub aeroportuario del sur de Europa, y por ello es necesario reforzar las conexiones del aeropuerto con otros continentes, especialmente aquellas con una alta demanda pero que todavía no están cubiertas con un vuelo directo, como por ejemplo el históricamente reclamado Barcelona – Tokio<sup>41</sup>.

Del mismo modo, es importante desarrollar el acceso a Catalunya mediante vía ferroviaria, con el fin reforzar y facilitar el comercio de bienes con Europa continental y fomentar de esta manera el tráfico de pasajeros en el ámbito europeo; para ello es vital el desarrollo y finalización del corredor ferroviario mediterráneo. De hecho, la red transeuropea a la que se unirá el corredor mediterráneo vertebrará Europa de Norte a Sur; 3.500 kilómetros que concentrarán el 54% de los habitantes y el 66% del PIB de la Unión Europea<sup>42</sup>, lo que supondrá un impulso notable a la competitividad del continente. Además, cabe añadir que una conexión ferroviaria eficiente con Europa reduciría el tráfico aeroportuario, lo cual tendría un impacto positivo para el medio ambiente. En el ámbito portuario, tanto el Port de Barcelona como el Port de Tarragona destacan por ser una fuente de conectividad comercial y de personas muy relevantes en el mediterráneo, aunque una diversificación de sus destinos tendría la capacidad de abrir nuevas rutas comerciales y de pasajeros.

---

<sup>41</sup> Berengueras, Josep (2019). Tokio es, de nuevo, el destino sin vuelo directo con más demanda desde Barcelona. Publicado en El Periódico.

<sup>42</sup> Datos extraídos de <https://elcorredormediterraneo.com/el-corredor/>

#### 4.5. La atracción de eventos internacionales

Catalunya es un gran referente mundial en lo que concierne la atracción de eventos internacionales de primer nivel, ya sean eventos deportivos, congresos, o festivales de música. El clima mediterráneo, el dinamismo económico, la gran oferta hotelera, la gastronomía, la cultura, la ubicación geográfica o el vanguardismo la convierten en una destinación especialmente atractiva para organizar y celebrar certámenes internacionales.

Aprovechando el impulso de la capital catalana en lo que concierne la atracción de eventos internacionales, es necesario que uno de los objetivos principales de las instituciones públicas catalanas no solamente sea el mantenimiento de aquellos certámenes que se celebran en la actualidad, sino también la captación de nuevos eventos culturales y económicos con el fin de potenciar la imagen de Barcelona y del resto de Catalunya como ciudad y territorio de encuentro internacional. Así pues, la consolidación de esta imagen a ojos de los organizadores es esencial para disputar eventos de primera categoría a otras importantes ciudades globales, teniendo en cuenta la competencia existente entre las ciudades y los territorios a nivel mundial en lo que concierne la captación de dichos eventos.

Barcelona es una ciudad con todos los equipamientos necesarios para celebrar certámenes de primera categoría a nivel mundial, y de hecho es una de las urbes donde tienen lugar más congresos y ferias internacionales; los datos muestran que la ciudad ocupa la cuarta posición en el ranking de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), y la sexta en la clasificación de la Union of International Associations (UIA)<sup>43</sup>. Es por ello que la capital catalana es un claro referente internacional en el sector de la organización de ferias y de convenciones internacionales, que a su vez han desarrollado un ecosistema de este sector avanzado a la ciudad y que facilita la atracción de certámenes, predominantemente tecnológicos, industriales, médicos o científicos, entre otros. Un gran ejemplo del éxito

---

<sup>43</sup> Se puede consultar más información en la página web del Ayuntamiento de Barcelona: <https://meet.barcelona.cat/es/descubre-barcelona/vive-barcelona/ferias-y-congresos>

de Barcelona como ciudad de congresos es la celebración del Mobile World Congress<sup>44</sup> en los pabellones de Fira Barcelona desde 2006, que es considerado el congreso más importante que se celebra en la ciudad condal, y que en 2019 dejó un impacto económico en el Área de Barcelona de 473 millones de euros<sup>45</sup>, registrando un total de 109.000 visitantes provenientes de 200 países<sup>46</sup>.



*Ilustración 23 – Asistentes en el Mobile World Congress de 2017. Fuente: El País*

Además de las grandes ferias internacionales, Barcelona también está bien posicionada en lo que respecta la celebración de importantes eventos culturales, deportivos y musicales. En este sentido, la ciudad alberga importantes festivales de música a nivel internacional como el Primavera Sound o el Sónar, y además fue la sede del Fórum Universal de las Culturas en el año 2004 que supuso la transformación urbana del área donde actualmente se ubica el complejo del Fórum. Asimismo, la urbe también ha acogido numerosos eventos deportivos internacionales, entre los cuales destaca especialmente la celebración de los Juegos Olímpicos en el año 1992.

Las características de Barcelona en cuanto a su conectividad internacional, el clima, el cosmopolitismo o el ecosistema emprendedor la hacen especialmente atractiva para la captación de eventos globales. Es por ello que las insituciones públicas de Catalunya y

<sup>44</sup> El Mobile World Congress es la feria internacional más importante del sector de la industria de la tecnología móvil, y se celebra en Fira Barcelona desde el año 2006.

<sup>45</sup> Fuente: Statista [<https://es.statista.com/estadisticas/677899/impacto-del-mobile-world-congress-en-la-economia-de-barcelona/>]

<sup>46</sup> Guerrero, David (2019). El Mobile World Congress 2019 cierra con 109.000 asistentes. La Vanguardia.

del Área Metropolitana de Barcelona deben aprovechar las ventajas que ofrece la ciudad de Barcelona y la experiencia adquirida a lo largo del tiempo para seguir captando importantes eventos a escala internacional. En este sentido, es necesario una apuesta clara para reforzar la posición y la imagen de Barcelona como ciudad de encuentro internacional, ya que la capital catalana parte con ventaja frente a otras urbes, contribuyendo así a la atracción de más ferias internacionales, congresos, eventos deportivos o festivales de música, entre otros. Además, es necesario reforzar la atracción de eventos políticos en la ciudad, actualmente minoritarios, a pesar de la clara desventaja que supone el hecho de no ser capital de Estado.

#### **4.6. Una nueva centralidad para Catalunya**

La internacionalización de Catalunya ha estado principalmente basada en el impulso del Área Metropolitana de Barcelona y su consolidación como ciudad global que, como consecuencia, ha permitido en gran medida al resto del territorio catalán su internacionalización e integración en las redes económicas y las cadenas de valor mundiales. Tal y como definía el estudio de GaWC sobre las ciudades globales, el hecho de que Barcelona sea hoy una ciudad Alpha - implica que la urbe ha contribuido en gran medida a que el resto de Catalunya, considerándose como un territorio económicamente dinámico, haya podido incorporarse de forma satisfactoria en la economía global.

Dicha centralidad hacia la ciudad de Barcelona ha llegado a provocar cierta saturación de una ciudad que ya es compacta y que, debido a la escasa extensión geográfica de la urbe, se hace manifiesta la necesidad de crear nuevas áreas geográficas que aporten valor económico y que sirvan de apoyo a la internacionalización de Catalunya. Es evidente que el conjunto de municipios pertenecientes al Área Metropolitana de Barcelona se erigen como el pilar fundamental para descentralizar la actividad económica que ahora se concentra en el municipio de Barcelona, principalmente debido a su peso económico, por su proximidad geográfica con Barcelona, y por sus infraestructuras, entre otros factores, pero existen otros puntos de la geografía catalana apartados del área metropolitana que pueden tener un papel protagonista en

el desarrollo de la actividad económica en el ámbito exterior, especialmente aportando mayor conectividad global al territorio, y así suavizar la sobrecarga que sufre la ciudad de Barcelona y sus infraestructuras.

En este sentido, el área de Tarragona y de Girona tienen la capacidad de aportar un gran valor a la internacionalización de la economía catalana. Se trata de dos territorios que ya son económicamente dinámicos, que están bien conectados con el Área Metropolitana de Barcelona y que actualmente poseen unas infraestructuras infrautilizadas, que con las inversiones públicas pertinentes pueden llegar a convertirse en un eje vertebrador de Catalunya con el exterior.

En el caso de Tarragona, hay tres infraestructuras claves que tienen la capacidad de impulsar la internacionalización de la economía: el corredor mediterráneo, el Port de Tarragona y el Aeroport de Reus. En el caso de Girona, existen dos infraestructuras clave: el Aeroport de Girona-Costa Brava y el corredor mediterráneo. El enfoque estratégico ideal sería potenciar las conexiones marítimas en la zona de Tarragona y las conexiones aéreas en la zona de Girona.

Si nos centramos en la zona de Tarragona, el Port es una infraestructura relevante a nivel catalán debido al elevado tráfico de mercancías, a niveles incluso cercanos del Port de Barcelona, por lo que resulta una infraestructura marítima clave para el comercio exterior. Para aumentar su competitividad, es necesario que el Port de Tarragona gane competitividad mediante un acceso ferroviario eficiente de ancho europeo con el Corredor Mediterráneo, la cual se encuentra actualmente en obras; dicha conexión permitiría la captación de más inversión extranjera y un flujo comercial mayor. Además, también están proyectadas la construcción de nuevos diques y de zonas logísticas, que impulsarían el desarrollo logístico del puerto.<sup>47</sup> El punto débil del Port de Tarragona es el tráfico de pasajeros, que se encuentra a niveles muy bajos, por lo que es necesario potenciarlo como una puerta de entrada a Catalunya para cruceros y rutas de pasajeros, por ejemplo abriendo rutas a islas del mediterráneo tanto nacionales como internacionales, contribuyendo así a la diversificación de las rutas

---

<sup>47</sup> Se puede obtener más información sobre los proyectos a corto y medio plazo del Port de Tarragona en la siguiente página web: <https://www.porttarragona.cat/es/port/infraestructuras-en-desarrollo/el-port-del-futuro>



marítimas que conectan Catalunya con otras regiones y aliviando el tráfico de cruceros en el Port de Barcelona, que se encuentra altamente saturado y que implica una emisión notable de contaminación atmosférica en la capital catalana. A parte del Port de Tarragona, el Aeroport de Reus también debe servir para facilitar la atracción de turistas en la región.

En la zona de Girona, el principal potencial radica en el fomento de las conexiones internacionales del Aeroport de Girona - Costa Brava, que debe constiuirse como la cuarta pista del Aeroport de El Prat, el cual roza su límite de capacidad. Para ello, es necesario dotarlo de una conexión de alta velocidad ferroviaria con el centro de Barcelona, que ya está proyectada<sup>48</sup>, lo que favorecería el establecimiento de rutas internacionales con otros países europeos, lo que permitiría aumentar la conexión internacional de la provincia de Girona y contribuir a aliviar el tráfico aeroportuario en el Área Metropolitana de Barcelona. Tal y como señala Trapote (2020)<sup>49</sup> es necesario pensar en un sistema donde Girona (y también Reus) funcionen como complementarios de Barcelona; así, la capacidad excedente de estos aeropuertos podrían acoger aquellas operaciones que no son tan dependientes de un acceso casi instantáneo a la ciudad de Barcelona, siempre que se mejoren los servicios de conexión, la calidad no esté penalizada y exista una estrategia de conjunto.

Por último, cabe añadir que ambas regiones ofrecen un potencial turístico destacable, lo que también posibilita la descentralización de la actividad turística en caso de apostar por dinamizar las comarcas de Tarragona y de Girona como focos de actividad turística; se trata de zonas que ya poseen una oferta hotelera destacable y que tienen la capacidad de ofrecer un concepto de turismo diferente al turismo urbano que ofrece la ciudad de Barcelona. Asimismo, en la zona de Tarragona destaca el complejo de Port Aventura World, el cual potencia la atracción de turistas extranjeros en la zona.

---

<sup>48</sup> Rovira, Marc (2018). L'aeroport de Girona serà la quarta pista del Prat gràcies a l'AVE. El País.

<sup>49</sup> Trapote, César (2020). *Un sistema complex i dinàmic*. El món de demà.

#### 4.7. Barcelona, capital del Mediterráneo

La región mediterránea está caracterizada por una cultura similar y compartida entre los países que comparten esta área geográfica. Dicha cultura se extiende a varios ámbitos socioculturales, como un modo de socializar común, unas costumbres, un clima o una dieta que es parecida entre los Estados de la región. A pesar de ello, la diversidad de los países que dan al mar Mediterráneo también es evidente, con importantes diferencias en la estructura social, política y económica existente entre los países europeos, de Oriente Medio y del Norte de África. Por ejemplo, las zonas septentrionales de Europa destacan por su dinamismo económico, ya que están más industrializadas y desarrolladas, son potencias turísticas a nivel mundial y democracias avanzadas, mientras que las zonas meridionales del norte de África mantienen una industria menos desarrollada y la mayoría de sus Estados no son democracias plenas.

Sin embargo, el mar Mediterráneo y los Estados que los conforman comparten tanto intereses así como retos y problemáticas que se derivan de su localidad geográfica.



*Ilustración 24 – Localización de Barcelona en el Mediterráneo. Fuente: El Mundo en que vivimos*

En este ámbito geográfico, el Área Metropolitana de Barcelona representa la mayor aglomeración urbana del área europea del Mediterráneo, así como una de las principales zonas de actividad económica y de mayor dinamismo de todo el Mediterráneo, que además posee una de las conectividades internacionales más altas de la región. Por ello, la ciudad tiene el potencial de no solamente ser una ciudad mediterránea, sino de establecerse como consolidarse como uno de los focos

socioeconómico y culturales en esta región, y de ejercer como capital del Mediterráneo.

De hecho, en las últimas décadas Barcelona ha tenido un papel protagonista en la configuración política y económica del Mediterráneo. Fue en 1995 cuando la Unión Europea lanzó el Proceso de Barcelona, cuyo objetivo fue la creación de una Zona de Libre Comercio entre la Unión Europea y los países mediterráneos mediante una red de Acuerdos de Asociación y de Acuerdos de Libre Comercio. Finalmente, el Proceso de Barcelona derivó en la Unión para el Mediterráneo, una organización intergubernamental que se fundó en la Cumbre de París por el Mediterráneo en 2008 y que, con sede en Barcelona, agrupa a 43 países, todos los de la Unión Europea y los demás países mediterráneos de Oriente Medio y del Norte de África, y que trabaja por la integración socioeconómica y la cooperación de los países del área mediterránea, así como para la consecución de unos proyectos prioritarios y compartidos entre todos los países mediterráneos, entre los cuales destacan el desarrollo humano y el desarrollo sostenible. Así pues, desde su fundación en 2008, la Unión del Mediterráneo ha impulsado más de medio centenar de proyectos en áreas como la sostenibilidad, las infraestructuras urbanas, la educación y el emprendimiento, la ocupación juvenil o la igualdad de género.

Barcelona parte de una posición ventajosa para ejercer como capital o punto de confluencia de la red de ciudades que bañan sus orillas en el mar Mediterráneo, y no solamente por su papel institucional al albergar la Unión para el Mediterráneo, sino también por otros motivos. Un factor de peso es el histórico, debido a la importancia que alcanzó la ciudad condal a nivel político y comercial durante la expansión de la Corona de Aragón por el mar Mediterráneo. Otros factores de peso son la relevancia económica de la ciudad en la actualidad, que además alberga una población de dimensiones considerables, así como también la apertura urbanística de la ciudad hacia el Mediterráneo a raíz de los Juegos Olímpicos, lo cual supuso un papel transformador para la urbe, que recuperó su frente marítimo potenció su ideario de ciudad mediterránea.

La posición ventajosa de Barcelona también radica en el hecho de que otras ciudades mediterráneas han estructurado su posición a nivel internacional en marcos geográficos distintos. En este sentido, Soler (2020)<sup>50</sup> defiende que "este es el caso de todas las capitales de Estados que no necesitan jugar la liga de las capitales alternativas. O Estambul, que tiene un potencial enorme pero que se ve a sí misma como el centro de un espacio que desborda el Mediterráneo y aborda los territorios del antiguo Imperio Otomano. Tel Aviv tampoco puede aspirar a esa capitalidad sin resolver el conflicto árabe-israelí. Beirut, que ejerce una influencia que va más allá de su país, tiene todavía marcadas las heridas de la guerra y arrastra el lastre de las disfunciones políticas. Quedan Marsella, Tánger, Génova, Nápoles, Izmir, Alejandría, Tesalónica, València o Málaga. Algunas de estas ciudades tienen una dimensión parecida o incluso superior a la de Barcelona pero ninguna la supera en volumen económico ni dispone de una conectividad equiparable a la de la capital catalana." Es por ello que, indudablemente, la influencia de Barcelona en la región mediterránea es destacable, por lo que la ciudad tiene un importante potencial para desarrollarse en el ámbito internacional como capital de la región. Para ello, la ciudad debe asumir el papel de líder regional y trabajar para crear complicidades con las demás urbes de la región y cooperar y estrechar los lazos de sus respectivos Estados, con el objetivo final de defender los intereses comunes del área mediterránea. De este modo, la capital catalana podrá emerger a ojos de la comunidad internacional como el núcleo político, social y económico del conjunto regional.

---

<sup>50</sup> Soler, Eduard (2020). *¿Capital del Mediterráneo?* El món de demà.

## 5. Conclusiones

El proceso de globalización ha causado una importante transformación de la estructura social, política y económica a nivel mundial, la cual ha sido gradual durante las últimas décadas. El auge del comercio internacional y el aumento de las interdependencias económicas y políticas entre los Estados y las regiones, así como la emergencia de las ciudades globales son una consecuencia directa de la globalización. Dentro de la red mundial de conexiones, Catalunya representa un nodo altamente internacionalizado, todavía con potencial para desarrollar su peso comercial y político, ejerciendo así una mayor influencia a nivel mundial.

El objetivo de este trabajo de fin de máster es analizar si se puede considerar que Catalunya es un territorio internacionalizado, así como justificar las causas que hacen que la economía catalana resulte influyente a nivel global. Para ello, a lo largo del trabajo se ha analizado el nivel de internacionalización de la economía catalana, es decir, el grado de integración en el sistema económico global, tanto a nivel comercial y económico, como a nivel político, urbano y social. La conclusión principal del trabajo es que **el grado de internacionalización de Catalunya es alto**, principalmente debido al impulso del Área Metropolitana de Barcelona, que integra el conjunto del territorio catalán a la economía mundial.

En primer lugar, Catalunya tiene un papel importante en el intercambio de bienes y servicios a escala internacional, siendo la emisora del 25% de las exportaciones del conjunto del Estado español. Sin lugar a dudas, el tejido empresarial catalán está claramente orientado al exterior, especialmente hacia la Unión Europea debido a las estrechas relaciones políticas y su proximidad geográfica, y económicamente especializado en las industrias química y automovilística, con importantes oportunidades en el sector de la transformación digital y las tecnologías TIC, si bien otros sectores también son relevantes en el ámbito exterior. Debido a la especialización en varias áreas relacionadas con la innovación y las nuevas tecnologías, se trata de una economía con un importante carácter innovador, lo que implica una mayor creación de valor en sus procesos productivos, y geográficamente concentrado en el distrito 22@ de Barcelona, si bien un importante porcentaje de las empresas

catalanas con sede fuera del distrito exporta productos con un componente tecnológico medio o alto. Asimismo, se trata de una economía con una integración alta a las cadenas globales de valores, con una participación esencialmente *backward*, por lo que sus exportaciones son mayoritariamente cercanas al producto o servicio final. Además, Catalunya destaca por una atracción considerable de inversión extranjera, que en la última década ha sido substancialmente superior a la inversión catalana al extranjero, y que facilita la internacionalización de la economía. Cabe añadir que, otra de las conclusiones de la estructura económica de Catalunya en el ámbito internacional es la alta especialización en el sector del turismo, que está altamente internacionalizado, y el cual conlleva la atracción de miles de personas que generan un impacto económico que, según los datos disponibles, crece año tras año y tiene una repercusión en otros sectores de la actividad; en este sentido, en una economía claramente basada en el turismo y en los servicios, uno de los retos de la industria catalana es transformarse y avanzar hacia los *manuservices*.

En segundo lugar, otra de las conclusiones principales del estudio es el papel de impulso que realiza el Área Metropolitana de Barcelona en la internacionalización del conjunto de Catalunya. Barcelona es considerada una urbe *Alpha -*, por lo que se trata de una ciudad global, la cual además sirve como nodo de conexión para la integración del resto de Catalunya en las cadenas globales de valor. La capital catalana y su área metropolitana, cuyo proceso de consolidación como ciudad global fue marcada por la celebración de los Juegos Olímpicos en 1992, es el principal factor explicativo del alto grado de internacionalización de Catalunya. La ciudad de Barcelona tiene un gran potencial de marca que, junto a su personalidad cosmopolita y su clima, entre otros factores, proyecta la urbe al exterior y la hace interesante para la atracción de inversión extranjera, el talento humano, la organización de importantes eventos internacionales y la actividad turística. Cabe añadir que uno de los principales apoyos a la internacionalización del Área Metropolitana de Barcelona son sus infraestructuras, las cuales la conectan con el resto del mundo, tales como el Aeropuerto del Prat o el Port de Barcelona, cuyo tráfico de mercancías y de pasajeros mantiene una evolución positiva, solamente interrumpida ligeramente a causa de la crisis financiera de 2008.

En tercer y último lugar, y teniendo en consideración el análisis previo de la economía catalana y su internacionalización, este trabajo de fin de máster hace una serie de propuestas políticas y económicas que pueden servir para el impulso de la internacionalización del conjunto de Catalunya y su consolidación en el ámbito exterior. Entre estas propuestas destaca, a grandes rasgos, que las instituciones públicas conciban la internacionalización de la economía catalana como uno de los grandes ejes estratégicos de sus políticas económicas, impulsando así el comercio exterior y facilitando la atracción de inversión extranjera. La segunda propuesta es la integración de los municipios que forman parte del Área Metropolitana de Barcelona en un mismo ente, que crearía una estrategia política común para los municipios metropolitanos y reforzaría el Área de Barcelona como una urbe global. La tercera propuesta trata de reforzar aquellos sectores en los que la economía catalana tiene ventaja comparativa, especializando así la economía, generando economías de escala y siendo más competitiva en el exterior. La cuarta propuesta es la mejora de la conectividad exterior, principalmente en lo que concierne las conexiones aéreas intercontinentales con aquellas regiones que todavía no están conectadas acorde con la demanda, especialmente con el continente asiático. La quinta propuesta pasa por crear una nueva centralidad para Catalunya en el ámbito exterior, más allá del Área Metropolitana de Barcelona, creando nuevos focos turísticos y apoyándose en infraestructuras como el Aeroport de Girona o el Port de Tarragona, no solamente para descongestionar Barcelona, sino especialmente para potenciar la internacionalización del conjunto de Catalunya. La sexta propuesta es consolidar Barcelona como una ciudad de encuentro internacional, potenciando la celebración de eventos internacionales de carácter empresarial, deportivo o cultural de primer nivel, tales como el *Mobile World Congress*. Por último, Barcelona no es capital de Estado, pero tiene el potencial de erigirse como capital del Mediterráneo debido a sus dimensiones demográficas, geográficas y económicas, por lo que desde las instituciones se debe luchar para que el Área Metropolitana actúe como nodo político, económico y social de la región mediterránea.

## BIBLIOGRAFÍA

AENA. Estadísticas de tráfico aéreo. [Disponible en: <http://www.aena.es/csee/Satellite?pagename=Estadisticas/Home>]

Ajuntament de Barcelona. Fires i congressos. [Disponible en: <https://meet.barcelona.cat/es/descubre-barcelona/vive-barcelona/ferias-y-congresos>]

Ajuntament de Barcelona, Branding Summa, Greg Clark (2019). *Identitat i posicionament de Barcelona. Un relat coral*. Ajuntament de Barcelona. [Disponible en: <https://www.always.barcelona/identitat-posicionament-barcelona-un-relat-coral-brand-book.pdf>]

Alcalá, et al. (2012). *Patrones recientes de comercio y especialización internacional*. Fundación BBVA. [Disponible en: [https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2017/05/dat/DE\\_2012\\_IVIE\\_patrones\\_recientes.pdf](https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2017/05/dat/DE_2012_IVIE_patrones_recientes.pdf)]

Altman, et al. *DHL Global Connectedness Index. The State of Globalization in a Fragile World*. NYU Stern School of Business. IESE Business School. [Disponible en: [http://www.iberglobal.com/files/2019-1/dhl\\_index.pdf](http://www.iberglobal.com/files/2019-1/dhl_index.pdf)]

*Analysis of the Evolution of the Catalan Economy. 2018 Annual Report* (2019). Generalitat de Catalunya. Departament de la Vicepresidència i d'Economia i Hisenda. [Disponible en: [http://economia.gencat.cat/web/.content/70\\_economia\\_catalana/arxius/informe-anual/2018-Annual-Report.pdf](http://economia.gencat.cat/web/.content/70_economia_catalana/arxius/informe-anual/2018-Annual-Report.pdf)]

*Barcelona, capital del Mediterráneo* (2008). El Mundo en que vivimos. [Disponible en: <https://elmundoenquevivimos.wordpress.com/2008/11/09/barcelona-capital-del-mediterraneo/>]

Berengueras, Josep (2019). *Tokio es, de nuevo, el destino sin vuelo directo con más demanda desde Barcelona*. El Periódico. Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/economia/20190330/aeropuerto-barcelona-pasajeros-indirectos-2018-7379095>

*Catalunya rep més turistes el 2019 i es manté com a primera destinació*. Via Empresa. [Disponible en: [https://www.viaempresa.cat/economia/catalunya-turistes-estrangers-2019\\_2110364\\_102.html](https://www.viaempresa.cat/economia/catalunya-turistes-estrangers-2019_2110364_102.html)]

Carta, González (2010). *Mapping Connectedness of Global Cities:  $\alpha$ ,  $\beta$  and  $\gamma$  tiers*. Globalization and World Cities Study Group and Network. Loughborough University. [Disponible en: <https://www.lboro.ac.uk/gawc/visual/globalcities2010.html>]

De La Dehesa, Guillermo (2015). *Cadenas globales de valor*. El País. [Disponible en: [https://elpais.com/economia/2015/10/20/actualidad/1445340377\\_108736.html](https://elpais.com/economia/2015/10/20/actualidad/1445340377_108736.html)]



Del Río, Isabel (2013). *Cuando el diseño participó en los Juegos Olímpicos de Barcelona'92*. Monográfica.org. Revista temática de diseño. [Disponible en: <http://www.monografica.org/05/Art%C3%ADculo/9236>]

Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017 – 2027. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. [Disponible en: [https://www.mineco.gob.es/stfls/mineco/comercio/pdf/170913\\_Estrategia\\_Internacionalizacion\\_2017.pdf](https://www.mineco.gob.es/stfls/mineco/comercio/pdf/170913_Estrategia_Internacionalizacion_2017.pdf)]

Fernández de Losada, Agustí (2020). *Ciudad global en tiempos de incertidumbre*. El món de demà. [Disponible en: <https://elmondedema.cat/es/ciudad-global-en-tiempos-de-incertidumbre/>]

Fondo Monetario Internacional (2000). *La globalización: ¿Amenaza o oportunidad?* [Disponible en: [https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm#P69\\_6738](https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm#P69_6738)]

GaWC (2018). *The World According to GaWC 2018*. Globalization and World Cities Study Group and Network. Loughborough University. [Disponible en: <https://www.lboro.ac.uk/gawc/world2018t.html>]

Guerrero, David (2019). El Mobile World Congress 2019 cierra con 109.000 asistentes. La Vanguardia. [Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20190228/46754505518/mwc-mobile-world-congress-2019-feria-movil-barcelona-asistentes.html>]

Hales, Peterson, Mendoza, Dessibourg-Freer (2019). *A Question of Talent: How Human Capital Will Determine the Next Global Leaders. 2019 Global Cities Report*. Kearney. [Disponible en: <https://www.kearney.com/global-cities/2019>]

*Idees per relançar la metròpolis*. Barcelona Més Metropolitana. La Vanguardia. Suplement especial del 30 de marzo de 2019.

*Interconnected Economies: Benefiting From Global Value Chains*. Synthesis Report. OECD. [Disponible en: <https://www.oecd.org/sti/ind/interconnected-economies-GVCs-synthesis.pdf>]

Llorens, Conrad. *Barcelona ya tiene estrategia de city branding*. Summa Blog. Disponible en: <https://summa.es/blog/barcelona-estrategia-city-branding/>

Mallampally, Padma. Sauvart, Karl (1999). La inversión extranjera en los países en desarrollo. Fondo Monetario Internacional. [Disponible en: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/1999/03/pdf/mallampa.pdf>]

*Mapa global d'oportunitats de negoci internacionals* (2019). Unitat d'Estratègia i Intel·ligència Competitiva. ACCIÓ. Generalitat de Catalunya. [Disponible en:

<https://www.accio.gencat.cat/ca/serveis/banc-coneixement/cercador/BancConeixement/mapa-global-opportunitats-sectorials-empreses-catalanes-2019>]

Martínez, Esther (2014). Impacte econòmic de l'activitat turística a la ciutat de Barcelona. Informe 2012. Universitat de Girona. [Disponible en: [https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/impacte\\_economic\\_2012\\_complet.pdf](https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/impacte_economic_2012_complet.pdf)]

Munzenmayer, Joseph (2016). *El Estado ante la globalización*. Alterinfos. [Disponible en: <http://www.alterinfos.org/spip.php?article7401>]

Nicole, Paula (2020). *Cadena global de valor*. Economipedia. [Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/cadena-global-valor.html>]

Port de Tarragona. [Disponible en: <https://www.porttarragona.cat/es/>]

Poveda et al. (2019). Memòria econòmica de Catalunya: any 2018. Cambra Oficial de Comerç, Indústria, Serveis i Navegació de Barcelona. [Disponible en: <https://www.cambrabcn.org/documents/20182/51383/MEC2018.pdf/2fd7f538-c026-4d65-b72d-40dd0b3fa3f1>]

Prades, Elvira; Villanueva, Paloma (2017). *España en las cadenas globales de valor*. Boletín Económico 3/2017. Artículos Analíticos. Banco de España. [Disponible en: [http://www.spainglobal.com/files/2017/cadenas\\_globales\\_espana.pdf](http://www.spainglobal.com/files/2017/cadenas_globales_espana.pdf)]

Rovira, Marc (2018). *L'aeroport de Girona serà la quarta pista del Prat gràcies a l'AVE*. El País. [Disponible en: [https://cat.elpais.com/cat/2018/02/12/economia/1518436183\\_823541.html](https://cat.elpais.com/cat/2018/02/12/economia/1518436183_823541.html)]

Sassen, Saskia (1995). *La ciudad global: "Una introducción al concepto y su historia"*. Brown Journal of World Affairs, vol. 11(2): 27-43. [Disponible en: [http://www.estudislocals.cat/wp-content/uploads/2017/01/La\\_ciudad\\_Global-Saskia-Sassen.pdf](http://www.estudislocals.cat/wp-content/uploads/2017/01/La_ciudad_Global-Saskia-Sassen.pdf)]

Sissons, Andrew (2011). *Why do manu-services matter?* The Manufacturer. [Disponible en: <https://www.themanufacturer.com/articles/why-do-manu-services-matter/>]

Soler, Eduard (2020). *¿Capital del Mediterráneo?* El món de demà. [Disponible en: <https://elmondedema.cat/es/capital-del-mediterraneo/>]

Stinga, Carina (2019). *City Branding, la ciudad como objeto de deseo*. Brandemia. [Disponible en: <https://www.brandemia.org/city-branding-la-ciudad-como-objeto-de-deseo>]

Sutton, Oliver (2013). *Barcelona y el city branding. La ciudad como una corporación*. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales. Vol. XVIII, nº 1049(17).

Universitat de Barcelona. [Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1049/b3w-1049-17.htm>]

Trapote, César (2020). *Un sistema complex i dinàmic*. El món de demà. [Disponible en: <https://elmondedema.cat/un-sistema-complex-i-dinamic/>]

*Trets de l'economia catalana* (2018). Generalitat de Catalunya. Departament de la Vicepresidència i d'Economia i Hisenda. [Disponible en: [http://economia.gencat.cat/web/.content/70\\_economia\\_catalana/arxius/TEC/TEC.pdf](http://economia.gencat.cat/web/.content/70_economia_catalana/arxius/TEC/TEC.pdf)]

World Economic Outlook (Abril 2020). The great lockdown. International Monetary Fund. [Disponible en: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/04/14/weo-april-2020>]

WTO Annual Report 2019 (2020). World Trade Organization [Disponible en: [https://www.wto.org/english/res\\_e/publications\\_e/anrep19\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/anrep19_e.htm)]